Yaratıcı gençlik platformu

#stephenhawking




Mart 2018 / Sayı: 36 Fiyatı: 13 TL

www.campaignjr.com

İstanbul'da hayat var mı?

Ayın sanatçısı: Gizem Gözde Uçar

90. Akademi Ödülleri seçkisi

# Intercity Cup 2018 Sezonu için

# Kayıtlar devam ediyor!






**2018 Intercity Cup Yarışları** için yerler dolmak üzere.
**Acele edin,** 2018 pilotlarından biri de siz olun.

**2018 INTERCITY CLIO CUP:** Toplam 7 yarış
16.500 TL+KDV

**2018 INTERCITY MEGANE CUP:** Toplam 7 yarış
39.000 TL+KDV

**2018 INTERCITY CATERHAM CUP:** Toplam 14 yarış
120.000 TL+KDV





**İzel Özten** (25)
JR. Yayın Yönetmeni

# Hayat İstanbul dışında da akıyor

Türkiye'nin en kalabalık ve belki de en yorucu şehri İstanbul'a bir şekilde adım attıysanız sonsuza dek burada yaşayacakmışsınız gibi bir his kaplar içinizi. Güzelliği bol olsa da sıkıntıları da bir o kadar fazla olunca yavaş yavaş "sonsuza dek İstanbul'da yaşama" fikrinden sıyrılarak küçük bir sahil kasabasının hayalini kurmaya başlarsınız. Peki o küçük kasabada nasıl yaşanır? Geçimimizi nasıl sağlarız? Çünkü sektörün merkezi İstanbul'da ve biz buradan uzaklaşırsak işsiz kalmamız muhtemel.

Tüm bu olasılıkları düşünen ve her olasılığı değerlendiren Sena Hayta, bu sayımızda İstanbul'dan Bodrum'a taşınma macerasını tüm detaylarıyla anlattı. Eğer aklınızda böyle bir fikir varsa bu yazı iyi bir yol gösterici olacaktır.

Havalar ısındıkça seyahat isteğinizin artabileceğini düşündük ve bu sayımızı iki adet seyahat yazısıyla taçlandırdık. Selin Çelen, Barcelona ile ilgili birbirinden güzel detayları yazarken Selen Aktümen de Düsseldorf ve Köln'de muhakkak yapılması gerekenleri anlattı.

İllüstratör Gizem Gözde Uçar da tüm bu "seyahat" ve "uzaklaşmak" temalarını bir araya getirerek JR. Mart sayısının kapağını ortaya çıkardı.

Bir süre tüm yoğunluktan uzaklaşmak isteyenlere ilham veren bir sayı olsun...

Herkese keyifli okumalar. :)




@campaignjr | campaignjr | jrbycampaign | junior@campaigntr.com



**Yayın Yönetmeni**
İzel Özten
*izel@campaigntr.com*




**Yazı İşleri**

Semiha Ahmed
*semiha@campaigntr.com*

Müjde Bayındır
*mujde@campaigntr.com*

**İmtiyaz Sahibi**
LIFT Dijital İletişim Hiz. A.Ş. adına
Ömer Erdem omerdem@campaigntr.com

**Yönetim**
Ertuğ Özdemir **Yönetici Ortak**
ertug@campaigntr.com

**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü**
Onur Ezer onur@lifttr.com

**Dijital Operasyon**
Mehmet Emrah Konya emrah.konya@lifttr.com

**Fotoğraf**
Gürkan Çağlar gurkan@lifttr.com

**Görsel Yönetmen**
Yılmaz Mermer yilmaz@campaigntr.com

**Reklam ve Projeler**
Onur Ezer onur@lifttr.com
Büşra Furat busra@lifttr.com

**İş Geliştirme ve Pazarlama**
Ömer İşçimenler omer.iscimenler@lifttr.com

**Video İçerik**
Fatih Yalçınkaya fatih@lifttr.com
Ozan Baş ozan@lifttr.com

**Eğitim** academy@lifttr.com

**İdari / Mali**
Selçuk Ak selcuk@lifttr.com
Cansu Özkaya muhasebe@lifttr.com

**Katkıda Bulunanlar**
Mehmet Akif Doğan
Önder Başoğlu
Mehmet Alan

**Baskı**
UNIPRINT Basım San. ve Tic. A.Ş.
Ömerli Mah. Hadımköy-İstanbul Cad.
No: 159 34555 Arnavutköy / İstanbul
Tel: 0212 798 2840

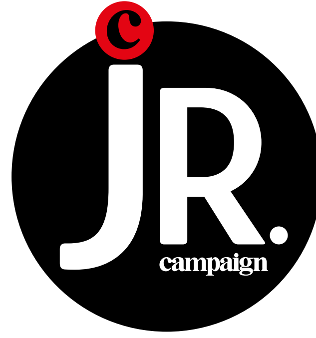



**LIFT Dijital İletişim Hiz. A.Ş.**
Yeşilce Mah. Göktürk Cad. Çeşni Sok.
No:4, Kat:2 Seyrantepe - İstanbul
+90 212 286 3579
www.lifttr.com

campaign Türkiye



ISSN 2146 - 7986



## MART 2018




sf.14



sf.42



sf.32



sf.16



sf.34



sf.38



sf.40

## CREATIVITY



## SERIOUS



## CURIOUS



## PASSION



## PAUSE



# CREATIVITY









## Apple Glasses
### konseptli yepyeni gözlükler

Snap Inc., Spectacles'ı çıkarınca diğer markaların da gözlük üretebileceği konuşulmaya başlandı. Taeyeon Kim isimli tasarımcı da Apple Glasses konseptli yepyeni gözlükleri hayata geçirdi.

Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik dünya çapında en çok konuşulan teknolojiler haline geldi ve bu teknolojileri kullanan ürünler de haliyle rakiplerini bir adım geride bırakmayı başardı. Akıllı saatler artık oldukça yaygın olsa da Snap Inc. önderliğinde çıkarılan akıllı gözlükler için aynı şeyi söylemek zor. Zamanında Google Glass tanıtılmış ama ürün yeterince kullanılmamıştı. Sonrasında Snap Inc., Spectacles gözlükleriyle bu algıyı kırmayı başardı.

Büyük markaların bu alanda yeni bir şeyler üretmeye çalıştığı görülünce herkesin aklına benzer sorular gelmeye başladı: Apple da akıllı bir gözlük üretir mi? Markanın şu an böyle bir projesi yok ama Taeyeon Kim isimli tasarımcı Apple Glasses konseptli yepyeni gözlükler tasarladı.

Kim'in tasarımında Apple'ın tüm ürünlerinde olduğu gibi sadelik göze çarpıyor. Aynı zamanda tasarımcı, gözlüklere iPhone'larda olduğu gibi 'Rose Gold', 'Silver', 'Gold' ve 'Jet Black' renk seçeneklerini de eklemiş.

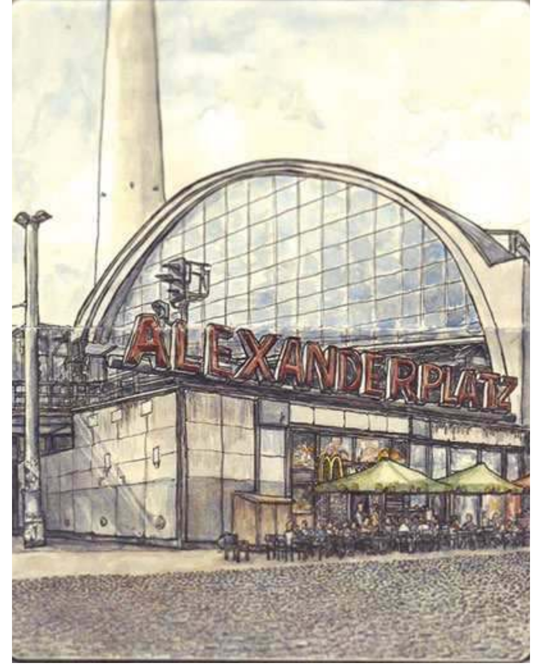


# **Berlin sokakları** çizimlerle yeniden canlandı

Almanya'da yaşayan İngiliz sanatçı Keir Edmonds'ın yeteneği ve uzun süren çalışmasıyla Berlin sokakları çizimlerle yeniden canlandı.

Aynı zamanda gezgin olan Keir Edmonds, Berlin'e geldiği 2015 yılından itibaren gezdiği sokakları defterine çizmeye başlamış. Yeni yaşamaya başladığı yerleri keşfetmeye çalışırken aynı zamanda çizimlerine de odaklanan İngiliz sanatçı, böylelikle defterini birbirinden farklı sokakların en güzel halleriyle doldurmayı başarmış ve bir nevi günlük niteliği de taşıyan çizimlerini hayata geçirmiş.

Instagram'ı da güncel olarak kullanan sanatçı hesabından (instagram.com/keiross/) çalışmalarını paylaşarak takipçilerini Berlin sokaklarında yeni yerler keşfetmeye davet ediyor. Berlin sokakları çizimlerle yeniden canlanırken tüm bu çizimler şehri daha önce hiç ziyaret etmemiş kişiler için de bir nevi rehber haline geliyor ve şehir hakkında fikirlerinin oluşmasını sağlıyor.





















# **Devler** şehir hayatına giriyor

Türk mimar ve illüstratör Hakan Keleş'in Lillisput Series ismini verdiği projesinde devler şehir hayatına girerek birbirinden farklı şekilde karşımıza çıkıyorlar.

Jonathan Swift'in efsanevi eserinden olan Gulliver'in Gezileri romanından ilham alan Keleş, bunun sonucunda dev bedenleriyle dikkat çeken bu karakterleri şehrin içerisine özenle yerleştirmeyi başarmış.

Tüm düzenlemeleri Samsung tablet ve akıllı telefon ile yaptığını söyleyen Keleş, ortaya çıkardığı eserlerde kimi zaman romantik bir çifti kimi zamansa oyuncağıyla oynayan küçük bir çocuğu hayata geçiriyor.

Instagram hesabından (instagram.com/haakankeles/) yaptığı çalışmaları paylaşan ve İstanbul'un adeta bir devler şehri gibi gözüktüğü Lillisput Series projesinde Keleş; Müslüm Gürses, Cem Karaca ve Ahmet Kaya gibi Türkiye'nin önemli müzisyenlerini de baştan yaratıyor.

# KEŞKE BEN YAPSAYDIM



Binnaz Çiftci (24)
Art Direktör, Markam Medya

**KÜNYE**

**Marka:** Kenzo
**Yönetmen:** Spike Jonze
**Kampanya:** Kenzo World – The New Fragrance
**Yayın:** Ağustos 2016



Uzun süredir reklam camiasında olmanın bana vermiş olduğu yetkiye dayanarak, "Keşke ben yapsaydım" dediğim birden fazla yaratıcı reklam var. Çok değerli abilerimin, ablalarımın yaptığı bu güzel fikirleri izlerken, epey zevk alarak kendimi daha ileriye götürmeyi hedefliyorum.

Kenzo'nun, Spike Jonze tarafından yönetilen bu reklam filmine, aslında genel algıya tepki olarak ortaya koyulmuş bir istisna diyebilirim. Alımlı ve güzel bir kadın, feminen bir tavır takınması yerine içinden geldiği gibi, delice grotesk tarzda dans ederek kendi benliğini ortaya koyuyor. Estetik algıdan daha ziyade kişinin benliğini önemseyen bu reklam; içinden geldiği gibi davranmayı, anı yaşamayı ve keyif almayı öne sürüyor. Benim için bu reklam filminin önemi tam olarak bu.

Aynı zamanda, mekanın renk tonlarına zıt, oyuncuya parlak bir yeşil renk giydirilerek konstrast renk uyumunu da yakalıyorlar. Filmde kullanılan efektler, müzik ve koreografi de işin cabası. Bence işin sanat yönetimi tarafı da oldukça başarılı.

Bu harika film detaylı olarak bakıldığında bir sosyal sorumluluk mesajı da veriyor aslında. Bence her anlamda takdiri hak eden bir iş. O yüzden keşke ben de bu işin bir parçası olsaydım.





# **Minyatürlerin** maceracı hayatları

Brezilyalı fotoğrafçı ve sanatçı Renan Viana, minyatürlerin maceracı hayatlarını günlük hayatta karşımıza çıkan objelerle birleştirerek fotoğrafladı. Sanatçı, titizlikle hazırlanan minik insanları kimi zaman bir patenci kimi zaman ise sahilde güneşlenen insanlar olarak konumlandırıp bu minyatürlerin maceracı hayatlarını birbirinden güzel fotoğraf karelerine dönüştürdü. Viana, her bir detayı son derece net bir şekilde tasarlanan minyatürleri yemeklerin ya da bir yaprağın üzerinde konumlandırarak ortaya çıkan hayatı fotoğrafladı.

Yumurtayı bir havuz gibi hayal eden sanatçı burada eğlenen çocuklara yer verirken kıvrımlı bir yaprak ise minyatür kaykaycının macera dolu parkuruna dönüştü.

Son derece küçük figürler ve günlük objelerle kocaman bir dünya yaratmayı başaran sanatçı çalışmalarını güncel olarak Instagram hesabından (instagram.com/encolhiaspessoas/) da paylaşıyor.









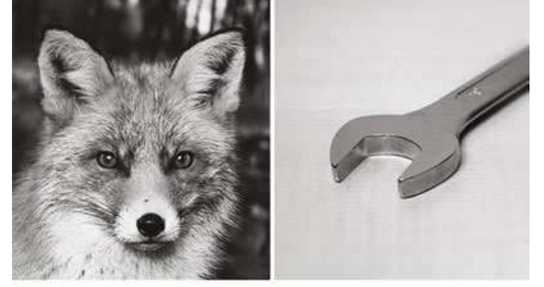


# İki farklı görselden **tek bir logo**

Hindistanlı tasarımcı Shibu PG, Logos & Marks projesinde hayal gücünü ve yaratıcılığını kullanarak iki farklı görselden tek bir logo yaratmayı başarıyor. Birbirinden farklı iki görselden bir minimalist logo yaratmak gibi zorlu bir görev üstlenen Shibu, projesi hakkında şunları paylaşıyor: "Marka kimliği her zaman markanın ruhuna ve esas değerlerine dayanıyor veya ismi tarafından tanımlanıyor. Bu proje, iki unsurun birleşiminden yaratılan bir dizi marka sembolünden oluşuyor." Shibu, Logos & Marks projesiyle yalnızca hayal gücünü kullanarak uyumlu bir marka kimliği yaratmanın ne kadar kolay olduğunu kanıtlamayı amaçlıyor. Yarattığı logolar hem şaşırtıcı hem de oldukça eğlenceli. Mesela, "Fox Garage" markası için tilki ve İngiliz anahtarını birleştirerek yaratıcı bir logo hazırlıyor; veya "Elewine" markası için fil ve şarap şişesini birleştiriyor.













# HAYATIM REKLAM

**Reklamcı olma sebebim:**
Hayatta her şeyin bir hikayesi olduğuna inanıyorum ve sanırım her konuda gerçek hikayelerden beslenmeyi seviyorum. Ben de önce incelemeye sonra yazmaya başladım. İnsanları dinledim, bir şeyler okudum, sokağa indim. Esasen Balıkesir'de Gemi İnşaatı okuyordum, isteksizce. Bir gün art direktör olan ağabeyim "Hadi be oğlum, gemici mi olacaksın?" deyince dank etti. "Duha," dedim, "yazıyorsun bu hayatı." Pılımı pırtımı topladım. Evimi, eşyalarımı da "Batan geminin malları bunlar" diyerek öğrenci arkadaşlara dağıttım. Bir tek ceketimi olmasa da ceketimle birlikte valizimi de aldım, reklam dünyasına yelken açtım. İlk zamanlarda çok zor yollardan geçtik tabii, bi' kaç yerde bu işi yapmıştım. Ancak iş tanımım ve gerçekte yaptığım o yerlerde birbirini tutmadı. İnsanın kendini boşlukta hissettiği anlar olur ya, ki ben o anları çok yaşamışımdır. Bi' gün kafam attı, Serdesin'e mail attım. Babam esnaf olduğu için "Esnaf Reklamcılık" çok kanımı kaynatıyordu. İlan falan yok ama ortada, kafama göre, çok umutlu değilim yani. Bi' baktım mail gelmiş. Öyle hemen olmadı tabii, zor oldu ama sonunda "Esnaflık kazandı be" dedim. Eh… İşte geldim, buradayım.

**İş tanımım vs. gerçekte yaptığım:**
Bizim dilimizde Kalfa - Laf Söz Esnafı'yım, yani Jr. Reklam Yazarı. Gerçekte yaptığım/yapmaya çalıştığım tam olarak bu. Toplanan hikayeler, o hikayelerle buluşturulan hayal gücü. Bunun sonunda da ortaya çıkan ve inceden gururlandıran işler.

**Birlikte çalışmak istediğim markalar / kampanyalar:**
Cesur bir şekilde istediğini söyleyen ve samimiyetin gücüne inanan her marka ile çalışırım, çalışmak isterim. Öyle olmaz isim ver diyorsanız İKSV ve hastalık derecesinde taraftarı olduğum için Beşiktaş J.K. Şu an, aklıma gelenler bunlar.

**Kariyerimle ilgili en büyük hedefim:**
Hedefim; heyecanımı hiçbir zaman kaybetmeden, başarıya olan açlığımın hiç bir zaman tokluğa dönüşmemesi.

**Sektörü sevmeme / sektörden soğumama neden olan etkenler:**
Sektörü sevmeme neden olan şey aslında sektöre başlamama sebep olanla aynı. Hikayenin gücünü, gerçeğe yansıtabiliyor olmak bu sektörde var olma isteğimi körüklüyor. "Aaa sektörde böyle şeyler mümkün değil, özgür değiliz" dediğinizi duyar gibiyim. "Yine dene, yine yenil, daha iyi yenil" elbet bir yerlerde değerini bulursun, ben buldum.

Soğumak değil de daha hırslı çalışmamı sağlayan ise gerçekten hiç bi' görüsü, fikri olmayan işlerin hayata geçmesi. Yoksa mesaidir, yoğunluktur, seviyoruz bu hayatı.

**Birlikte çalışmak istediğim ünlü:**
Burada başı Mahmut Tuncer çeker, mazi kalbimde yaradır bu konuda. Bunun yanı sıra hafızalara kazınacak, gücüne inandığım bir işim olduğunda Zeynep Çamcı olmadan satmayacağım o işi. Bir de Cengiz Bozkurt var, uzun süren bir projede onunla da çalışmayı, çalışırken eğlenmeyi isterdim.

**Örnek aldığım kişi(ler):**
Ben hayatta en çok kardeş olmayı iyi becerdiğimden, abilerimi örnek alırım.

Risk almayı, cesareti ve harekete geçmeyi öğreten abim Semih Keleşoğlu. Yaratıcılığı, zekası ve samimiyetiyle rol modelim olan bir diğer abim Serhat Bayram. Bir de bana değer veren, yol gösteren, güçlerini arkamda hissettiren kreatif abilerim var; Erdem Güngör, Nevzat Özenmiş, Cihan Önder.

Biz usturayı ustalardan alıyoruz.

**Şimdiye kadarki en favori çalışmam:**
Hepsi bizim ekmeğimiz, hepsi en favorimiz. Ama karakterimi yansıtan ve çok heyecanlandığım Coca-Cola & Pizza Pizza'ya yaptığımız ortak kampanya filmi olabilir. Çünkü hedef kitlesi ben olduğum bir işti, genç kafa bir iş çıkardık. Boomerangıyla, Kamufle'nin rapiyle, yeni nesle hitap gücü çok yüksekti. Bir de bizim "rap yapıyoz, düşman kazanıyoz" goygoyumuz vardır. Onu tam anlamıyla gerçekleştirdiğimiz, aşırı eğlendiğimiz bir işti.



Duha Keleşoğlu (22)
Jr. Reklam Yazarı, Serdesin

# Günümüz teknoloji markalarına **vintage reklamlar**

E-ticaret sitesi Invaluable, popüler markalar 50'li yıllarda faaliyet gösterseydi nasıl olurdu fikrinden yola çıkarak günümüz teknoloji markalarına vintage reklamlar hazırladı.

Düşünün ki elinizde akıllı bir telefon olmadan selfie çekmeniz veya müzik dinlemeniz gerekiyor. Bir de düşünün ki bu servisleri sunan teknoloji markalarının reklamlarını yapmanız geriyor. Invaluable, bunu bizim yerimize düşünmüş ve aşağıda görebileceğiniz çalışmaları ortaya çıkarmış.

Basılı reklam şeklinde hazırlanan çalışmalar hakkında yaratıcıları şunları söylüyor: "Çok da uzak olmayan bir geçmişte basılı reklamların en etkili iletişim araçlarından biri olduğunu hayal etmek şu an bizim için çok zor. O dönem, daha yeni II. Dünya Savaşı'ndan çıkan bir dünyada reklamcılar 'ideal toplumu' yansıtmaya çaba gösteriyorlardı." İşte bu bilinçle Airbnb, Tesla, Spotify gibi markalar için hazırlanan basılı reklamlar.

# **Kadınlar** nerede?

Elle dergisinin İngiltere edisyonu ve RSA Films iş birliği ile kadınların iş ve sosyal hayatta yeterince yer almamalarına dikkat çekmek adına #MoreWomen kampanyası başlatıldı.

#MORE WOMEN

Kadınların iş ve sosyal hayattaki sayılarına, özellikle üst yönetimler ve stratejik öneme sahip pozisyonlara baktığımız zaman temsil güçlerinin ne kadar az olduğunu görebiliriz.

"You can't be what you can't see." Bu feminist mantra, Anomaly'in #MoreWomen kampanyası için hazırlanan videoya tuz biber ekiyor. Erkek egemen iş kollarındaki tüm kadınları çıkarın ve geriye ne kalıyor bakın. Genellikle sadece bir ya da iki kadın. Politika ve medya gibi sektörlerinin karar alma odalarındaki kadınların tümü neredeler? Neredeyse görünmezler.

Elle dergisinin İngiltere edisyonu, RSA Films iş birliği ile üst yönetimlerde ve stratejik öneme sahip pozisyonlarda yer alan kadın sayısının az olduğuna dikkat çekmek için bir kampanya başlattı. #MoreWomen hashtag'iyle çıkan kampanyanın, reklam filmi kullandığı yöntem ile bu önemli sorunu gözler önüne serdi.

Reklam videosunda, çeşitli ülkelerden önemli kurumlara ait fotoğraflardaki erkekler, görsel manipülasyon yardımı ile kaldırılmış ve başlangıçta kalabalık olan odalarda sonrasında kalan bir, bazen iki kadın.

Kadınlar gününün kutlandığı Mart ayında, bu kampanyayı tekrar hatırlatmak ve hala erkek egemenliğinin hakim olduğu toplumlarımızda kadınlara daha çok yer olduğunu hatırlatmak istedik.









**MORE WOMEN'IN ALDIĞI ÖDÜLLER:**

**The Drum 2015**
Creative Department Live Award

**British Arrows Awards 2016**
Bronze Winner

**D&AD Awards 2016**
Wood Pencil / PR / Creative B2C Campaign-Low Budget-Under 60k

**KÜNYE**

**Ajans** Anomaly
**Kreatif Direktör** Alex Holder, Alyssa Boni
**Prodüksiyon** RSA Films, Electric Theatre Collective, The Line, Wave
**Müzik** Jay James, Soundtree

# Geçtiğimiz ayın öne çıkan **kampanyaları**

AXE, Kadınlar Günü için yaptığı çalışmasıyla erkeklere özür diletirken Oscar Ödüllü yönetmen Spike Jonze, Apple HomePod için klip tadında reklam filmi çekti.





**AXE Kadınlar Günü reklamı için erkeklere özür diletiyor**
AXE Kadınlar Günü reklamı için yine alışılmışın dışında bir reklam kampanyası başlattı. #KırdıysakOzurDileriz hashtag'iyle çıkan kampanyanın reklam filmine Can Bonomo, 'Beni Affet' şarkısıyla eşlik ediyor.






**adidas, Boost teknolojili ayakkabılarını tanıtıyor**
adidas, UltraBOOST SS18 koleksiyonundaki ayakkabıları milli basketbolcu Cansu Köksal, rekortmen milli atletler Berfe Sancak, Mizgin Ay, adidas Runners İstanbul koşucusu Burak ve Beşiktaş'ın genç futbolcusu Atınç Nukan ile tanıtıyor.





**HAÇİKO yeni kampanyasıyla minik dostlarımıza iş arıyor**
HAÇİKO yeni kampanyasıyla izleyicilerin bakış açısını değiştiriyor ve hayvan dostlarımız bu kez karşımıza iş arkadaşları olarak çıkıyorlar. Çağın Dizdar'ın yönettiği reklam filmi 4129Grey'in imzasını taşıyor.





**Molped zor koşullara meydan okuyor**
Yeni kampanyasında en yakın arkadaşları bir araya getiren Molped zor koşullara meydan okuyarak önemli bir sınav veriyor. Happy People Project'in hazırladığı reklam filminin yönetmeni ise İrfan Yıldırım.

**Apple HomePod** reklamını yöneten **Spike Jonze,** 2013 yapımı Her filmiyle **En İyi Senaryo Oscar'**ını kazanmıştı.





**Spike Jonze dansı şimdi de Apple reklamına taşıdı**
Kenzo reklamıyla büyük bir yankı uyandıran usta yönetmen Spike Jonze dansı şimdi de Apple reklamına taşıdı ve HomePod'u hareketli bir şekilde tanıttı. "Welcome Home" isimli filmde dansçı ve müzisyen FKA Twigs yer aldı.






**Coca-Cola reklamında mural karakterler hareketlendi**
Wieden & Kennedy tarafından hazırlanan Coca-Cola reklamında rengarenk mural karakterler hareketlendi ve duvarın üzerinde sergilenen bu eğlenceli karakterler Coca-Cola'ya ulaşmak için büyük bir maceraya atıldı.






**Nike sporcuların ihtiyacını gözler önüne seriyor**
Yeni ürünü VaporMax Air Kaleidoscope'u tanıtmak için yeni bir reklam filmi yayınlayan Nike her sporcunun ihtiyacını gözler önüne seriyor. "Air Moves You" isimli film, sporcuları hava sayesinde devam etmeye zorluyor.





**Gucci, yine sıra dışı bir kampanyayla karşımızda**
Gucci, İlkbahar/Yaz 2018 koleksiyonunun tanıtımı için İspanyol ressam ve illüstratör Ignasi Monreal'in çalışmalarının yer aldığı sıra dışı bir kampanyayla karşımıza çıktı. Kampanya için çekilen film ve fotoğraflar sanat eserlerini aratmadı.

Campaign Türkiye'de kreatif ve art direktörlerin çizimleriyle yer aldığı Handmade sayfalarını JR.'a da taşıdık. Buradaki tek kural; 30 yaş üstü gi-re-mez!



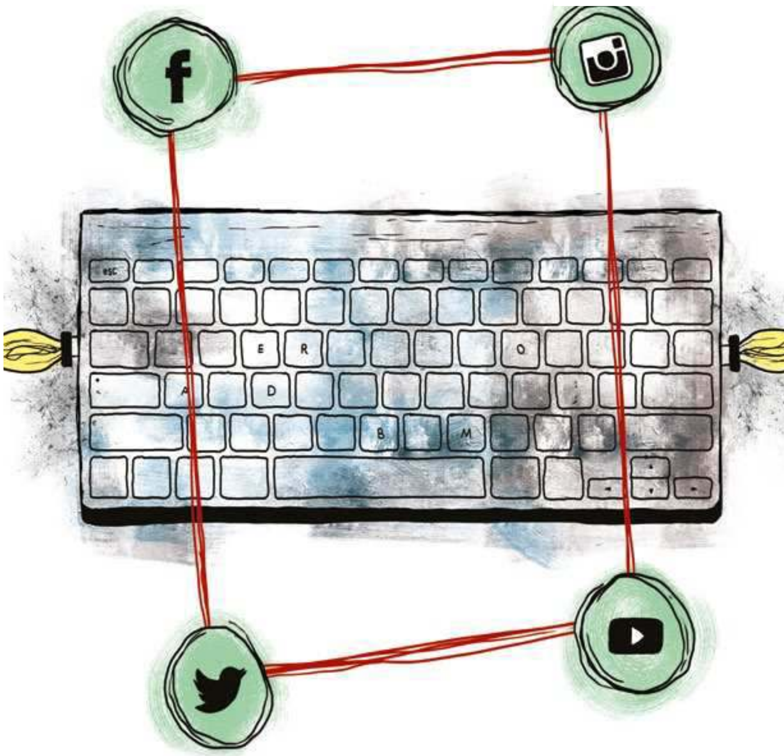
Bora Demir (24)
Freelance Grafik Tasarımcı / İllüstratör

Bu ay Handmade sayfalarımızı süsleyen isim İstanbul Aydın Üniversitesi Grafik Tasarımı bölümü mezunu Bora Demir oldu. Genç tasarımcımız, okul hayatı boyunca ağırlıklı olarak dijital çizimler yaparak kendini illüstrasyon alanında olabildiğince geliştirmeye çalıştığını söylüyor. Genel olarak ütopik diziler ve filmler izlemeyi tercih eden Bora, baş tacının bilim kurgu olduğunu paylaşıyor. Çizgi roman ve manga kültürüne meraklı olan çizerimiz, yeni yerlere gitmekten ve oraya ait yemekleri tatmaktan keyif aldığını da ekliyor. Bunun yanında, kahve içmeyi ve yeni kahveler denemeyi seven Bora'nın son zamanlardaki favori kahvesini de sayfalarımızda görebilirsiniz.



MART NEREDEN BAKTIRIR, NE YAKTIRIR?



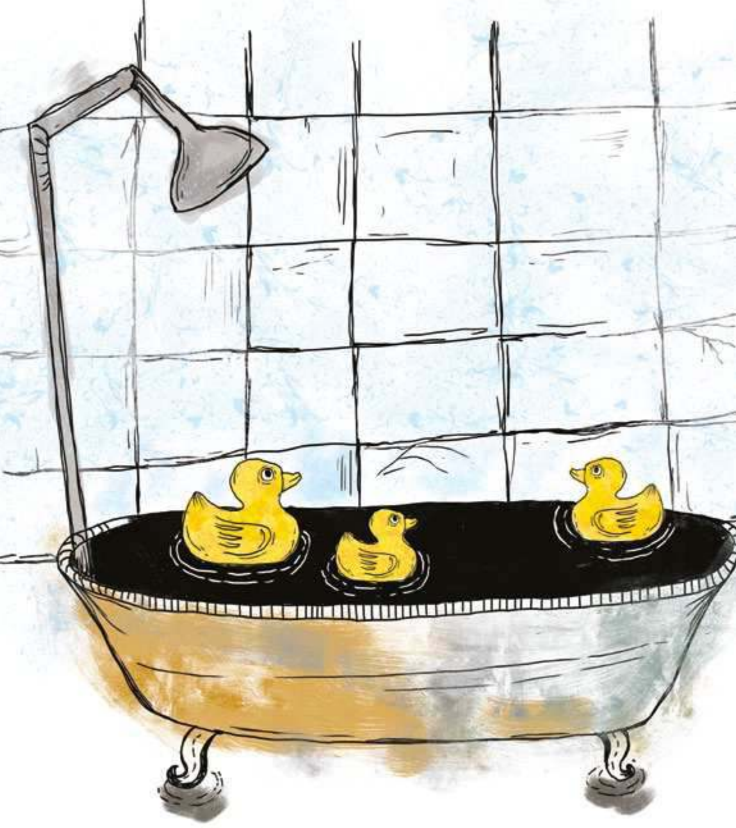


YARATICILIĞINI BESLEYEN ŞEY NEDİR?



WATCHMEN'DEN SONRA NE OKUNMALI SENCE?

Sen de Handmade sayfalarında yer almak istiyorsan örnek çizimlerini junior@campaigntr.com'a bekliyoruz.



YENİ BİR ŞEHRE GİDİNCE İLK ÖNCE NE YAPARSIN?



İŞ DIŞINDA NELERLE UĞRAŞMAYI SEVİYORSUN?



ŞU ARALAR HANGİ KAHVEYİ TERCİH EDİYORSUN?



İzel Özten 137 sn

# Ayın Jr. sanatçısı: **Gizem Gözde Uçar**

Freelance illüstratör Gizem Gözde Uçar (27), Mart sayısı için yeni maceralar ve yolculuk temasını kapağa taşıdı.

**Gizem Gözde Uçar kimdir? Kaç yaşındadır, nereden mezundur şimdi hangi işle meşguldür?**
Kendimi kalbi her zaman çocuk olarak kalmış ve kalması için uğraşan biri olarak tanımladım. 6 Haziran 1990 doğumluyum. Koç Üniversitesi'nden İngiliz Dili ve Karşılaştırmalı Edebiyat ile Uluslararası İlişkiler çift anadal bitirerek mezun oldum. Üç sene kadar editör olarak çalıştıktan sonra, hayatımı tutkum olan çizimin etrafında kurmaya karar verdim. Şimdi çevirmen, eğitmen ve illüstratör olarak çalışmaktayım.

**Çizime ilgin nasıl ve ne zaman başladı?**
Çizime ilgim kendimi bildim bileli vardı diyebilirim. Ama çizim yapmayı sahiplenmemi ve bu konuda kendime güvenmemi sağlayan annemdir. Daha okumayı öğrenmeden önüme tuvali ve şövaleyi koyup yeteneklerimi güçlendirmem için bana yol gösterdi. O yaşlarda her çocuk resim yapar ancak annemin bu malzemeleri alması beni cesaretlendirdi. İş ciddiye binmiş gibi hissettim. O zamandan beri çiziyorum, öğreniyorum ve daha çok çiziyorum (Teşekkürler anne).

**Bu alanda şimdiye kadar neler yaptın? Şimdiden sonraki planların neler? Şu sıralar üzerine çalıştığın bir proje var mı?**
Uzun zamandır çocuklara yaratıcı yazarlık ve resim dersleri vermekteyim. Bazı vakıf ve kuruluşlar için hastane duvarlarını resimlendiriyorum. Yurtiçi ve yurtdışında farklı dergiler ve yayın kuruluşları için illüstrasyonlar ve tasarımlar yapmaktayım. Ayrıca geri kalan vaktimi verdiğim küçük bir Instagram projem var. Her hafta yazdığım kısa bir öyküyü 3 resim ile hayata geçiriyorum. Böylece boş zamanlarımı da yeni şeyler yazarak ve çizerek değerlendiriyorum.

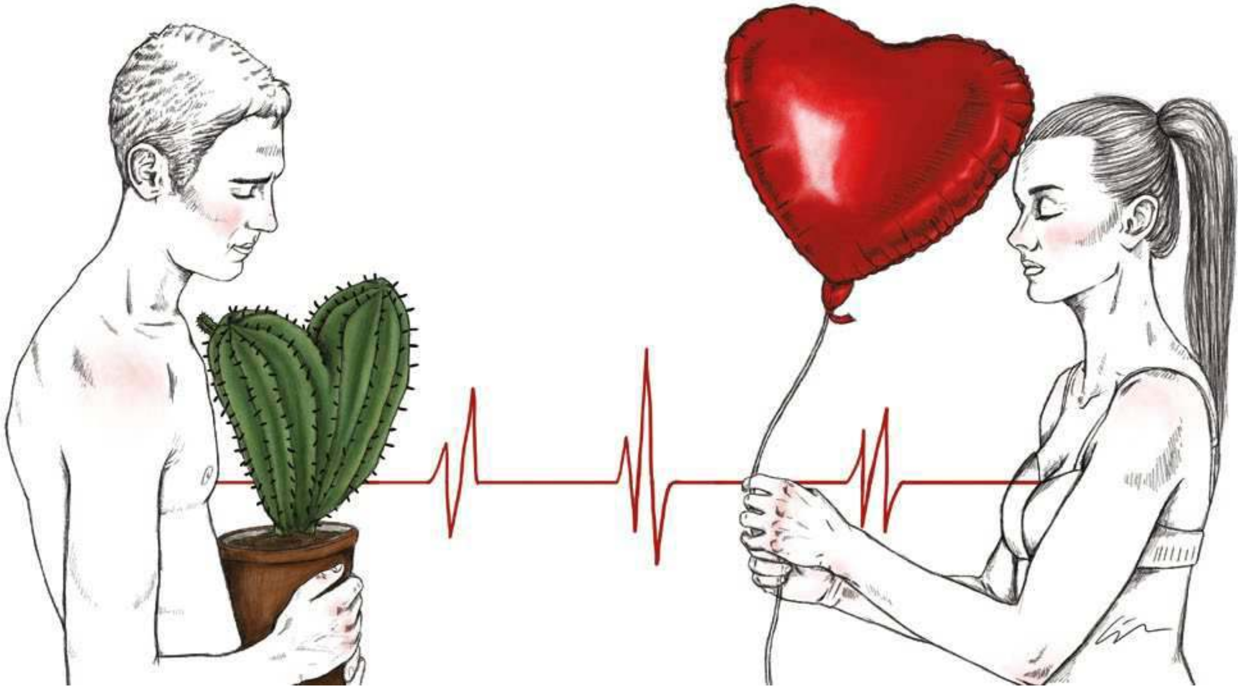
**Çalışmalarında genelde nasıl bir tarz seçiyorsun? Nelerden ilham alıyorsun?**
Uzun seneler geleneksel çalıştım. Her boyayı, kalemi denedim. Artık dijital olarak çalışıyorum. Çalışmalarımda genelde anlamı direkt olarak ifade etmektense ima etmeyi ve benzetmeler kullanmayı tercih ediyorum. Yorumlanacak alan bırakmayı seviyorum. En çok duygulardan ilham alıyorum. İlk olarak da tabii ki kendi duygularımdan. İnsan duyguları ve deneyimleri çok geniş bir yelpaze, yani bitmek tükenmeyecek bir ilham kaynağı. Masallar ve çocuk öyküleri de bir diğer ilham kaynağım. Aynı masalda çocuklar ve büyükler için saklı farklı semboller bulmak mümkün. Anlatımın katmanlı olması, kendi çizimlerimde kullandığım anlatıma çok benzer.

**JR. kapağında yer alan çalışmada sana ilham veren ne oldu?**
Bu ayın konusunu da duygusal şekilde yorumlamak istedim kapak çalışmasında. İnsanın gideceği yer ve buna uygun olarak yanına alacakları çok önemli. Ama nereye gidersek gidelim yanımıza alacağımız ve almamız gereken şey yüreğimiz. Yeni maceralara atılmak için kalbimizi, anılarımızı, merak duygumuzu ve doğaya karşı saygımızı yanımıza alıp gitmeliyiz. Her yolculuk için geçerli bu bence; içimize yapacağımız yolculuklarda da.

**Türkiye'de ve dünyada örnek aldığın isimler kimler?**
Çalışmalarını takip ettiğim o kadar çok sanatçı var ki! Ama örnek almak denirse Maurice Sendak'i mutlaka söylemem gerek. Onun illüstrasyona ve hikaye anlatımına olan bakış açısını gerçekten örnek alıyorum. Virginia Mori, Miles Johnston, Heo Jiseon, Aykut Aydoğdu, John Kenn Mortensen ve Sadi Güran çalışmalarını severek takip ettiğim isimlerden birkaçı.

**Kariyerindeki en büyük hedefin nedir?**
En, en büyük hedefim iz bırakmak. Resimlerimle anlattığım hikayelerin insanlara bir şekilde ilham olması, ses olması, kalplerine dokunması. Bundan çok, çok seneler sonra hatırlanmak.

**Bu alanda ilerlemek isteyenlere neler önerirsin?**
İnatçı, kararlı olmalarını ve kendilerine güvenmelerini öneririm. Çünkü kendi yolculuğumda öğrendiğim şey, sevmediğiniz bir işte rahat etmektense, sevdiğiniz şeyler için savaşmanın her zaman daha çok tatmin ve mutluluk getirdiği. Ayrıca sürekli öğrenmek, merak etmek gerek. Hem de her şeyi! Size neyin ilham kaynağı olacağı, sizi neyin besleyeceği çok değişken olabiliyor. Önemli olan "tamam bitti" dememek, sürekli devam etmek.

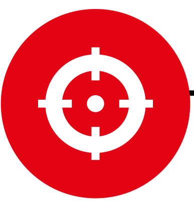












# SERIOUS

# **Papalıktan CEO'luğa:** Dünyanın en başarılı markası

Birbirinden başarılı markaları düşündüğümüzde hepimizin aklında belli başlı isimler beliriyor. Peki Papa da bu markalar arasında yer alabilir mi?



Can Elmas (22)
Öğrenci

**519 sn**

Bugün dünyanın en köklü kurumlarının hangileri olduğunu cevaplandırmak istesek listeye Vatikan Kilisesi yani Papalık ile başlarız. Köklerinin yanı sıra etkisi ile de dünya tarihine damga vurmuş olan kilise, geçtiğimiz 2000 yıl içerisindeki tüm olaylarda destekleyici ya da engelleyici roller oynamıştır. Papalık; Roma'nın yıkılışı, Haçlı Seferleri, Rönesans, yeni dünyanın keşfi gibi olayların baş aktörlerindendir.

Bu köklü kurum ilk ortaya çıktığı zamandan beri sürekli kendi içinde çeşitli reformlar yapıp değişen koşullara göre gücünü artırmak ve önemini korumak üzere stratejiler geliştirdi. Mesela bugün Katolik din adamlarının evlenmemesi tamamen kilisenin stratejik bir reformunun sonucu. 1071 yılında Papa seçilen VII. Gregorius kilisenin otoritesini artırmak için rahiplik görevlerinin kalıtımsal olarak aktarılmasını engellemeye çalıştı. Papa, rahip baba oğulların kiliseye değil kendi ailelerine çalıştıklarını, kralların rüşvetlerine karşı çok hevesli olduklarını savunarak evliliği yasakladı. Evli olan papazlardan eşlerinden boşanmalarını ve aileleriyle olan ilişkilerini kopartmalarını talep etti.

Tabi ki papazların büyük kısmı buna karşı çıktı

ancak papa kararlıydı ve tarihin en başarılı iletişim kampanaylarından birini yaptı. Hazırlattığı ilanlarla halkı, evli olan papazları tanımamaya, onların yönettiği ayinlere katılmamaya teşvik etti. Ailesini, tanrıdan daha önemli gören bu adamlar asla insanları doğru yola taşıyamazlardı. İsa yalnızdı, hiç evlenmemişti ama İsa'nın yolunda olduğunu iddia eden bu papazlar evlenmiş, onun yolundan çıkmışlardı. Halk rahiplerin yozlaşmasının sebebi olarak evliliği görmeye başladı ve Papa Gregorius'un kararlarını desteklemeye başladı. İletişimle edinilen bu zafer Papa'ya daha büyük bir zaferin kapılarını açması bakımından çok önemliydi. Çünkü halkı yanına almayı başarmasına rağmen bazı yüksek rütbeli din adamlarının muhalefetine karşı eli o kadar da güçlü değildi. Bu durumu çözmesi elzemdi.

Papalığın bağımsızlığını kazanması, yani tüm krallardan ve imparatorlardan daha üstün bir hal almaya başlaması yine aynı papanın başka bir iletişim kampanyası ile olacaktı. O tarihlere kadar Hristiyan dünyasının en önemli yöneticisi Kutsal Germen İmparatoruydu. Papa'yı azletme, önemli kardinalleri atama görevleri ona aitti. Yani anlayacağınız üzere Papa'nın konumu sadece din adamlarının en üstünü olmasından kaynaklanıyordu ama tanrının yeryüzündeki gölgesi imparatordu. Bu durum bizdeki şeyhülislama ve Bizans'taki başpiskoposların durumuna benziyordu. Ancak iyi bir iletişimci olan Papa Gregorius kilisenin bağımsızlığı için 4. Henrich'e savaş açtı. Kardinalleri atama yetkisini elinden aldı. Bunun sonucu olarak Henrich Papayı "Defol, defol sonsuza dek lanetlendin" diyerek kovdu. Papa ise onu aforoz edip daha önceden planladığı iletişim kampanyasını başlattı. İmparatorun dinin hükümlerinden çıktığını anlatan bildirileri halka dağıttı. İmparator Avrupa'nın dört bir yanında oluşan rahatsızlık ve soyluların halkın korkusuyla Papa Gregorius'un tarafına geçmesiyle pişman oldu. Henrich, Gregorious'den af dilemek için Papa'nın dağdaki köşküne gelmek zorunda kaldı. Hatta bu yetmedi Papa'yla görüşebilmesi için 3 gün karda yalınayak beklemeye zorlandı. Papa'nın başarısının sırrı bir önceki reformunda çok önemli bir problemi keşfedip çözmesiydi. Çünkü rahiplerin aile yaşantısı aslında pek çok Hristiyan için öfke konusuydu. Halk rahatlıkla yapılan yolsuzlukları ve yozlaşmayı görebiliyordu. Papa öyle bir konuda halka yaklaşmış ve öylesine güçlü bağlar kurmuştu ki İmparator Henrich'in tüm üstünlüğü Canossa'nın karlarının altında kaldı.

İletişimin ve kamuoyunun gücü bu olayla Avrupa tarihini kökten değiştirmiş oldu çünkü artık tek gücün asker gücü olmadığı, orduları olan bir imparatorun basit bir din adamının önündeki acziyeti ile ortaya çıktı. Bu örnekten yola çıkaracak hedef kitleyi keşfedip yapılacak bir nokta atışın imparatorları, büyük şirketleri, siyasi partileri yerinden edebileceğini rahatlıkla söyleyebiliriz.

### Stalin gibi Vatikan'ı küçümseyenler

Vatikan'ın uzun tarihindeki olaylara daha fazla dalmazsak iyi olur. Papalığın gücünün kökenleri bugüne kadar elindeki dini statüyü iletişim becerileriyle iyi bir şekilde kullanmış ve korumuş olmasından kaynaklanıyor. Stalin'in bir zamanlar bürokratlarına "Papa'yı neden önemseyeyim kaç tane askeri var ki?" dediği aktarılır. Stalin gibi propagandaya büyük önem vermiş bir lider bunu demiş midir emin değilim ancak papalık güç kaybetse de değişen koşullara ve kendisini küçümseyenlere rağmen hala çok etkili. Onlarca büyük şirkette bankada hisseleri var. Dünyanın her yerinde okullara sahip. Bu okullardan çıkan binlerce mezun, seçkin şirketlerde çalışmaya başlıyor. Ayrıca kilise, sayıları binlerle ifade edilen sağlık kuruluşunun da sahibi. Avrupa'nın kalbi hala Vatikan'da atıyor. Dünya için çok önemli kararlarda Vatikan'ın ve Papa'nın fikirlerine başvuruluyor. Bu büyük bir ordudan daha önemli bir politik ve ekonomik güç demek oluyor. Economist'in verilerine göre senede 170 milyar dolar para harcayabilen bir kuruluştan bahsediyoruz. Bu dünyanın en büyük şirketlerinden olan Apple'dan bile 20 milyar dolar daha fazla para harcayabildiğini gösteriyor. Tabii elimizde kilisenin senede ne kadar para kazandığını gösteren sağlam bir veri yok ama bu harcamalar gösteriyor ki kiliseye hiç de azımsanmayacak bir para akışı var.




### Dünya değişiyor, kilise değişiyor

Dünyanın hala ayakta olan en eski kurumu Katolik Kilisesi şüphesiz her geçen yüzyıl kendisini baş etmekte zorlandığı yepyeni zorlukların içinde buluyor. Kiliseye olan inancın zayıfladığı Rönesans devrinden itibaren başlayan bu süreç her geçen gün etkilerini hissettiriyor. Ancak hiç düşündünüz mü, bu kadar fazla yanılan ve yanıldığı defalarca ispatlanmış kilise nasıl oluyor da hala 1.2 milyar takipçiye sahip? Yanılmaz olması gereken Papalar dünya düzdür dedikten ve bunun aksini söyleyenleri cezalandırdıkları dönemden bir yüzyıl bile geçmeden "yeni dünyaya gidecek ve oraları Hristiyanlaştıracak aziz komutan ve erleri" nereden bulabildiler? Doğru ve sürekli iletişimin bunu sağlayabildiğini söyleyebilir miyiz?

### Dünyanın en iyi markası

Volkwagen, Coca Cola, Nike gibi önemli markalara danışmanlık ve reklamcılık hizmeti vermiş John Hergarty kendisine en iyi markanın hangisi olduğu sorulduğunda Katolik Kilisesi'nin en başarılı marka olduğunu söylüyor ve ekliyor: "Çok basit bir logoları var takipçileri gururla üstlerinde taşıyor. Aktivitelerine insanlar katılıyor ve bu insanlar marka için harcadıkları paradan çok memnunlar ve bunu 2000 yıldır yapıyorlar. Dünyadaki hiçbir marka bunu hayal bile edemez. Kilisenin inanç satıyor olması bu marka olarak nitelendiremeyeceğimiz anlamına gelmez hatta onu elde ettiği kar bakımından bütün markaların en iyisi yapar."

Düşünsenize, hangi şirket olursanız olun yaptığınız broşürlerin okunup okunmayacağından emin olamazsınız. Bin bir emekle ve tonla parayla yapılan broşürlerinizin boşa gitmesinden yakınır durursunuz ama kilisenin broşürleri ve yayınlarını milyarlarca insan bırakın atmayı, tanrı tarafından cezalandırılmamak için evin en güzel yerlerinde tutuluyorlar.

### Papalık bu iletişimi nasıl gerçekleştiriyor?

Öncelikle papalığın değişen iletişim anlayışlarına göre iletişime yönelik profesyonelleşmede önemli adımlar attığını söyleyebiliriz. Yapılan onlarca PR kampanyası, basılı ilanlar, sayıları binleri bulan internet siteleri, Papa'nın her hafta yaptığı, bazen dünya meselelerine değinen konuşmaları ve kriz iletişimleri tabii ki de internetten anladığı için görevlendirilen birkaç papaz tarafından organize edilmiyor. Daha önce özel sektörde çalışmış pek çok iletişimci ve iletişim üzerine eğitim görmüş, Katolik okullarında kariyer yapmış öğretim üyeleri tarafından organize ediliyor. Ancak iletişim sorumlusu sıfatını sadece kardinaller taşıyor. Bu kardinaller de genelde kiliseye ait dergi, gazete veya televizyonlarda çalışmış kardinallerden seçiliyor. Merak konusu ise yapılan yeni açılımlar önemli iletişim kampanyalarında büyük PR ajanslarından destek alınıp alınmadığı. Bunu bilemiyoruz çünkü kilise "dinsiz reklamcılardan" destek aldıklarını açıklamaya yanaşmıyor.

### Yeni Papa VI. CEO Francis

Papa Francis için CEO tanımlamasını yapmak bazı kişilerde rahatsızlık yaratabilir ve bunu bir dinin liderine hakaret gibi yorumlayanlar olabilir ancak bu yorumlar esas niyetimi anlamamış sadece başlığı okumuş kişilerden gelebilir. Birincisi CEO'luk burada herhangi bir pejoratif amaçla kullanılmıyor. Profesyonelleşme ve yeni takındıkları iletişim stratejilerinin Tim Cook'tan ve onun gibi pek çok liderden farklı olmamasından kaynaklanıyor. İkincisi başından beri anlatmaya çalıştığım Vatikan'ın bir şirket profesyonelliği ile işleri idare etmesinden dolayı liderinin CEO olarak çağrılmasının yanlış olmayacağı yönündeki kanım.

### Sorunlarla dolu bir dönem

Papa Francis 2014'te göreve geldiğinde kendisini büyük zorluklar içinde buldu. Dünyada artan Ateizmin yükselmesi bu sorunlardan belki de en önemlisi.



Avrupa ülkelerinin çoğunda Hristiyan çoğunluğun hemen ardında kendisini Ateist olarak tanımlayan bir kitlenin yer almaya başlaması Vatikan için kıyamet çanlarının çalması anlamına geliyor. Bugün yapılan basit gözlemlerde bile Katolik ailelerin çocuklarının önemli bir kısmının kendisini dinden soyutladıklarını rahatlıkla görebiliyorsunuz. Mesela ismi Maria, Jose, Matteo gibi dini isimlere sahip Katolik okullarında okuyan arkadaşlarımın Ateist olması beni çok şaşırtmıştı. Sonra öğrendim ki genel tablo bu nesilde tam olarak böyle. Bu çocuklar dini aktivitelere katılsalar bile kilisenin geçmişinden ve sunduğu tanrı kavramından tatmin değiller. Kilise bu kayıp nesli tekrar kazanmak istiyor çünkü bu nesil en sadık müşterilerin çocukları. Eğer kilise bu kopuşu engelleyemezse gelecekte kendilerine bağış yapacak, okullarına çocuklarını yollayacak kimseyi bulamayacaklar.

**İkinci büyük sorun: Eşcinsellik**

Özellikle pek çok Avrupa ülkesinde ve ABD'de eşcinsel evliliğin yasallaşması ve eşcinsellerin giderek artan gücü ile onların tamamen karşısında olan kilisenin gücü sınırlanmaya başladı.

Papalığın bu güç karşısında eşcinselliği tamamen karşısına almakta çekindiğini görebiliyoruz. Bir önceki Papa Benedict'in "Bu insanlara saygı duymalıyız ama eşcinsel evliliği yasallaştırmak onlara yardım etmemize engel olur" diyerek karşı çıktığı yasal düzenlemeler Papa'nın muhalefetine rağmen yapıldı. Papalığın yıllardır üzerine strateji geliştirdiği aile yapısının parçalanma ihtimali de Papa Francis'in uykularını kaçıran en önemli sorunlardan.

**Koskoca bir sorun: Latin Amerika**

Hernan Cortes'in Meksika'yı istila etmesinin hemen ardından Amerika'nın Latinleşme süreci başladı. Hristiyanlığa teşvik edilen yerli halklar hızla Katolik Dünyası'nın en büyük kitlelerinden biri halini aldı. Papalığın İspanya ve Portekiz üzerinden kurduğu bu güçlü bağlar uzun yıllar devam etti. ABD'nin bölgede komünistlere karşı en büyük müttefiki de sıkı sıkıya kiliseye bağlı komutanlar oldu. Uzun yıllar sürecek diktatörlükler, çok temel bir komünizm karşıtlığı ve Katolik güzellemelerine dayanıyordu. Latin Amerika'nın kötülükle özdeşleşen diktatörlerinden Pinochet, Londra'da tutuklanınca Vatikan'ın arka kapı diplomasisiyle Pinochet'i kurtarmaya çalıştığı konuşulur. Pinochet kilise için önemli bir figürdür çünkü Şili'de zorunlu din dersini desteklemiş, Katolik okullarının artmasına sponsorluk etmiştir. Kilisenin onun cezalandırılmasını engellemeye çalışması akla yatkın bu ve benzeri onlarca iddia kanıtlanmamış olsa bile Güney Amerika'da insanların genel kabulü halini almış durumda. Diktatörlerle kurulan köklü ilişkiler kilisenin Latinler üzerindeki etkisini kaybetmeye başlamasına sebep oldu.

Daha da önemli ve diktatörlerle ilişkilerinden bile mide bulandırıcı sorunu ise çeşitli ülkelerde cinsel tacizlere karışmış pek çok papazın görevden alınmayıp Latin Amerika'ya gönderilmesi ve burada pek çok kişiye daha tacizde bulunduklarının ortaya çıkması.

Kendisi de Latin olan Papa'nın Ocak ayında Şili'ye yaptığı ziyaret cinsel taciz protestolarıyla karşılandı ve olaylar o kadar büyüdü ki bir çok protestocu polis tarafından gözaltına alınmak zorunda kalındı.

Latin Amerika'da istatistiklere kilisesiz Hristiyanlık kavramı güçlenmekte bunun yanında eski yerli dinlerinin de önem kazanmaya başladığını söyleyebiliriz. Mesela Hristiyanlığa aykırı olmasına rağmen tanıştığım pek çok Latin'in reenkarnasyona inandığını söyleyebilirim. Bunlara bakarak Papa'nın önündeki sorunların hiç de kolay çözümlere sahip olmadığını rahatlıkla görebiliyoruz.

**Çözüm lider iletişiminde mi?**

Vatikan'ın son durumu IBM'i hatırlatıyor. Uzun yıllar süren egemenliği yeni sorunlar karşısında hızla zayıflamakta, onlar da buna karşı çözümler üretmeye çalışıyorlar. Yehova Şahitleri gibi Hristiyanlığın diğer mezhepleri insanların inanma ihtiyacını karşılama noktasında papalıktan daha revaçta. Papa bu sorunlar ve rakipler karşısında diğer Papaların aksine daha ön planda olmaya başladı. Bunun için lider odaklı bir iletişim stratejileri geliştirildi. Hatta Vatikan Papa'nın rolünü öylesine ön plana çıkardı ki bazı Katolik çevrelerde "Jesus'dan daha fazla papadan bahsediyorlar" tarzında eleştiriler yükselmeye başladı.

**@franciscus Instagram'da**

Papa bu bağlamda 2016'nın Mart ayında Instagram hesabı açtı. Kısa sürede milyonlarca kişiye ulaştı. Şu an 5.2 milyon takipçisi olan Papa ayda 20 paylaşım ortalaması ile adeta Elon Musk gibi aktif Instagram kullanmasıyla sosyal medyaya ne kadar önem verdiğini gösteriyor. Zaten yaptığı bir konuşmada "Sosyal medya tanrının bizlere bir hediyesi" demişti. Ayrıca Twitter'da 15 milyon takipçisi var. Bu istatistiklere bakıp tanrının hediyesi demek kolay tabii, benim sadece 500 takipçim var, ne küçük bir hediye…

**Ted Talk'da sürpriz konuk**

Papa geçtiğimiz sene Ted Talks'a katılıp 40 dile çevrilen "samimi" bir konuşma yaptı. "Gelecekteki Sen" başlıklı konferansta konuşan Papa; mülteci krizinden artan ırkçılığa birçok mesaj verdi. Kendi hayatından pek çok örnek vererek kendisinin de bir göçmen olduğunu, ailesinin İtalya'dan Arjantin'e göç ettiğini ve yerli halkın göçmenleri dışlamaması gerektiğini söyledi.

Papa gençlerin en çok takip ettiği organizasyonlardan biri olan Ted Talk'a katılarak ve liberal mesajlar vererek hedef kitleye yönelik profesyonel bir iletişim sergilediğini bizlere göstermiş oldu. Papanın tüm iletişimine bakarak yükselen aşırı sağa yaklaşmaktan kaçındığı söylenebilir. Aslında yükselen sağın önemli bir kısmını oluşturan Katolik cemaatine rağmen Vatikan'ın bu tutumu, gençlerin liberal değerlere daha yakın olması, bu yüzden zaten sorunlar yaşadığı gençlerden uzaklaşmayı göze alamadığını gözlerimizin önüne seriyor.

**Papa sorunların üzerine gidiyor: Latin Amerika ve eşcinsellik**

Papa geçtiğimiz ay büyük bir Latin Amerika turu yaptı. Bu tur boyunca kilisenin bu bölgede görevini yerine getiremediğine dair özeleştirilerde bulundu ve Latinlerden özür diledi. Kendisinin de Arjantinli olduğunu vurgulayarak sorunları çok iyi bildiğini söyledi. Ancak Latin Amerika geçmişi Papa'nın hem avantajı hem de dezavantajı olarak nitelendirilebilir çünkü kilise karşıtları Papa'yı Latin Amerika'da sorunlara karşı yeterince müdahil olmadığını hatta kardinalken Arjantin'de papazların da karıştığı çocuk kaçırma olaylarını engelleyememek ve göz yummakla suçlanıyor. Ancak Papa bunların iftira olduğunu, bu olaylardan haberi olmadığını her fırsatta söylüyor.

Eşcinselliğe gelince Papa yıllarca kilisenin karşı tutumunun aksine eşcinselliğe daha yumuşak bir karşıtlık sergiliyor. Genelde yuvarlak cümlelerle bu konunun aile yaşantısına aykırı olduğunu ancak onların affedilmez bir günah içinde olmadıklarını söylüyor. "Onlar tanrının gözünde bizimle aynılar ben kimim ki onları yargılayabilirim" diyor. Bu çıkışlarla eşcinsel kitleyi yavaş yavaş kiliseye kazandırmaya çalışıyor. Aslında muhafazakar kanadın temsilcisi olarak seçilse de Papa bu konuda uzun vadeli bir açılıma hazırlanıyor yorumları yapılıyor. Papalık ilk kez kendi bildiğini değil hedef kitlenin istediğini vermeye çalışıyor. Eskiden Ford gibi "Size istediğiniz renkte otomobil satabilirim, siyah olmak koşuluyla" mottosuyla hareket ederken şimdi insanlara farklı renklerde bir Hristiyanlık vermeye ve yelpazeyi genişletmeye çalışıyorlar.








# Dijital dönüşümde beyaz liste

"Irkçı influencer" ve "bedavacı fenomen" başlıklarıyla ortaya çıkan haberlere ne sebep olmuş olabilir? Influencer Marketing gün geçtikçe yön mü değiştiriyor?



Anıl Adil (24)
Genç İDA

83 sn

Geleneksel mecralara olan sadakatimiz dijitalin güçlenmesiyle şekil değiştirmeye devam ediyor. Dijitalin göz alıcı ihtişamı ve yükselişi ise onu tüketmek konusunda bizleri adeta ikna ediyor. Dijital entegrasyona ayrılan bütçelerin giderek yükselmesi de bu durumu kanıtlar nitelikte. Diğer taraftan tüketim ekonomisinin sosyolojik tahlilleri de aynı doğrultuda dönüşmüş durumda. Çünkü, dijital mecraların satın alma davranışlarımızdaki etkisi gün geçtikçe artış gösteriyor.

Dijitalden etkilenme gücünün nicel yansımalarının raporlarla kanıtlanması, bu dönüşümün pazarlama stratejilerine de hızla etki etmesine neden oluyor. Bunun en çarpıcı örnekleri ise yeni açılan departmanlar, değişen marka stratejileri ve dijital iletişim çalışmalarına ayrılan bütçeler olarak göze çarpıyor.

Bana göre, pazarlama stratejilerinin içinde yükselen bir yıldız olarak konumlanan "Influencer Marketing"i özel olarak ele almak gerekiyor. Doğru ve çarpıcı kullanımlarıyla "Influencer Marketing" stratejisi, markaların hanelerini puanlarla doldurmaya devam ediyor. Trendlerin öncüsü konumundaki etkileyiciler, hedef kitleleri ikna etmek için onların bir 'click' uzağına konumlanıyor. Başarılı örneklerin sayısı artıkça iletişim çalışmalarında kullanılan etkileyicilerin sayısı da aynı doğrultuda yükseliyor. Son dönemde fenomen ve etkileyicilerin sebep olduğu krizlerin artışı dahi bu pazarlama stratejisinin yükselişini durduramıyor.

Krizleri durdurmak üzere sunulan çözüm ise, markalar açısından kriz yaratma riski taşıyan etkileyicilerin devre dışı bırakıldığı "beyaz liste" sistemi olarak dikkat çekiyor. Ancak bu durum, "Topluma karşı belirli sorumlulukları olan, marka itibarını zedelemeyecek isimlerden oluşan 'beyaz liste' gerçekten bir çözüm mü?" sorusunu gündeme getiriyor. Yurt içi ve yurt dışında "ırkçı influencer" ve "bedavacı fenomen" başlıklarıyla ortaya çıkan haberlere ne sebep olmuş olabilir?

Bana göre bu soruların yanıtının marka, ajans ve etkileyiciler üçgeninde aranması gerekiyor. İçerik üreticilerinin amaçları dışına çıkarak kendilerine sunulan imkanları suistimal etmesi, doğru etkileyici-doğru marka uyumunun sağlanamamasından kaynaklanıyor. Krizleri önlemek için tampon görevi gören "beyaz liste" sisteminin aynı zamanda doğru içerik üretimi konusunda da destekleyici olarak konumlanabileceğini unutmamak gerekiyor. Tüm bu dinamiklerle ajanslar tarafından markaya sunulan ve doğru etkileyicileri kapsayan "beyaz liste" sisteminin daha etkili içerikler yaratılmasına ve bu sayede dijital pazarlama stratejilerinden daha verimli sonuçlar elde edilebileceğine inanıyorum.

# İstanbul'da hayat var mı?

Reklam sektörü sadece İstanbul'da mı var? Devir değişti ve artık fiziksel olarak ofiste var olmak zorunda değiliz.



Sena Hayta (27)
Sr. Copywriter

265 sn

2 ay önce, ihtiyaç duyduğum es için hayatımda "ufak tefek" değişiklikler yapmaya karar verdim. Yaklaşık 6 senedir aralıksız çalıştım. Neyi sevdiğimi ve hayatımın sonuna kadar aynı işi yapmak isteyip istemediğime karar vermek için durmam gerektiğini hissettim. İstanbul'da 10 yıldır biriktirdiğim maddi manevi anılarımı toparladım (17 koli, 8 bavul, tonla duygu) ve Bodrum'a doğru yola koyuldum. 1 haftada karar verdim, 1 ayda toplandım şimdi ise bir ayı aşkın süredir burada yaşıyorum. "Ufak tefek" diyorum çünkü hiçbir şeyi gözde büyütmemek gerekiyor. Eğer bu mantıkla yola çıkarsan günler nasıl geçiyor, sen bile şaşırsın.

Beni en çok korkutan şeyler; işimi bırakmak, düzenli gelirimin olmaması, freelance iş bulamamak ve dünyanın en kalabalık şehirlerinden birini bırakıp, günde sadece bir avuç insanla karşılaşacağım bir yere gitmek oldu. Ama nedense zaman geçtikçe en korktuğum şeylerin yoksunluğunun beni asıl büyütecek şeyler olduğunu öğrendim ve öğrenmeye de devam ediyorum. Kimi burada 1 seneden fazla yaşayamayacağımı, alışamayacağımı söylerken, ki doğru da olabilir, kimi de "Yürü be Sena, kim tutar seni!" diyerekten yüreklendirdi beni. Destek çok önemli ve benim burada başarılı olmamı sağlayacak ilk destekler de anlayışlarından dolayı eski ajansım The Others Brand Experience Agency'den, toplanma sürecinde koliler arasında boğulurken gelip beni kurtaran arkadaşlarımdan ve benle aynı korkuları paylaşmalarına rağmen beni cesaretlendiren ailemden geldi.

Hayat değiştirmek kolay değil, biliyorum ancak İstanbul'da hayatın olduğunu kim söyledi? Su desem hep kesiliyordu, aktivite desem Facebook'ta katılacağım dediğim etkinliklerin yüzde 99'una gitmiyordum, arkadaşlar desem iki haftada bir zor görüşüyordum, iş desem yorgunluk tüm başarılarımdan daha ağır basıyordu. Bu yazıda İstanbul'da benim için şimdilik tükendiğini düşündüğüm hayatımı neden bırakıp gittiğimi anlattım. Yeni adımlar atmakta bizi en çok korkutan şeylerden, yani alışkanlıklarımızdan, konfor alanımızdan ve dayatılanlardan bahsettim. Özellikle hayatımızın şekillenmesini sağlayan iş, sosyal ilişkiler, yaptığımız aktiviteler, şehir hayatı ile ilgili aşağı yukarı çoğumuzun yaşadığı günlük sorunların beni neden buraya sürüklediğini açıkladım.



### Giriş

Reklamcılık mezunu ve üzerine Pazarlama İletişimi Yüksek Lisansı yapmış biri olarak 1. sınıftan beri asla kurumsal bir şirkette çalışmayı düşünmedim. O kadar muntazam olabilir miydim, o hayatın keskin kuralları benim geyiklerimi kaldırır mıydı hiç emin olamadım. O yüzden çoğunluklu olarak ajans deneyimim oldu. Hatta bu yönde de butik ajanslar ile çalışmayı tercih ettim çünkü daha büyük ajanslarda, çaktırmadan toplantı odalarına yerleşmiş bir kurumsallık kokusu vardı hep. Samimi, aile gibi, konuştuğumda duvarla değil gerçekten patronumla konuşabileceğim hatta dertleşebileceğim, karşılarında ağladığımda kendimi güçsüz hissetmeyeceğim yerleri seçtim. Ancak reklam da dahil olmak üzere bazı sektörlerde bireysel hayatımıza göz diken birçok rutin olduğunu 28 yaşıma yaklaştıkça daha fazla hissetmeye başladım. Mesai saatleri, maaş artıkça artan stres ve psikolojik gerilim, kazandığını harcayamayacak kadar yoğun olmak, şehrin kazandıklarını basit yaşam gideriyle ay başında sömürmesi derken sorgulamaya başladım.



### Sorgu

Kaçmak mı, yoksa yaşamak için sürekli koşturmak mı? Hep bu ikisi arasında kaldım. Kaçmak için henüz erken mi, yoksa kuyruğumu sistemin çarkına kıstırmadan önceki son aralık mı? Bir hesaplaşma yaşadım kendi içimde; "Neden buradayım? Neden bunu yapmak ZORUNDAYIM? Acaba zorunda mıyım? Acaba dayatılanları yaşayacak kadar çaresiz miyim?" Sonra şunu fark ettim; çaresizliği yaşatan da kendimiziz. Biz kendi mesleğimizin çeperlerine sıkışıp kalmışız. Özel insanlarız, parametreleri sürekli değişen bir sektörün içindeyiz. Klasik bir hayatı tercih etmediğimiz için yaratıcılığımıza sığınmışız ama yaratıcılığımız bizi esir alıyor kimi zaman. Bu his hangi kurumsal şirkette ya da hangi ajansta olursanız olun hep aynı ve dönem dönem ortaya çıkıyor. Kimsenin suçu yok, ekonominin ve ülkemizin hayat standartlarının suçu olduğu kadar. Yapı itibarıyla buna dayanamayan ben, bu kadar geniş çaplı bir sorunu masa başında nasıl çözeceğim? Harekete geçmem gerek diye düşündüm.

Kendimi çevremden daha çok sorgulayan bir insan olarak bu süreçte birçok kez sağlama yaptım. Sadece İstanbul'da mı hayat var? Sadece İstanbul'da mı bulunuyor reklam sektörü? Çoğu ajans İstanbul'da, evet. Markalar, head quarter'lar hepsi İstanbul'da. Peki online olarak yaşayarak, yan yanayken bile birbirimize mail atarak, Skype toplantılarıyla diğer ilçedeki markaya bağlanan bizler neden ofiste fiziksel olarak var olmak zorundayız? Mesleğimiz illa ofiste masa başında oturunca mı geçerli. Sürekli gezerek para kazanan influencer'lardan daha mı aciziz? Hayır, değiliz. Sadece mesleğimizin başkaları tarafından belirlenen parametrelerine sıkışmış emekçileriz. Şu anda yurt dışında çalışanını yarı zamanlı ve evden/uzaktan çalışma yöntemiyle işe alan birçok işveren mevcut ve gün geçtikçe artıyor. Firmalar için de bu sistemin birçok artısı var. Türkiye'deki sektör buna devşirirse ben de belki bu sistem ile hayatımı kazanmaya devam edebilirim.

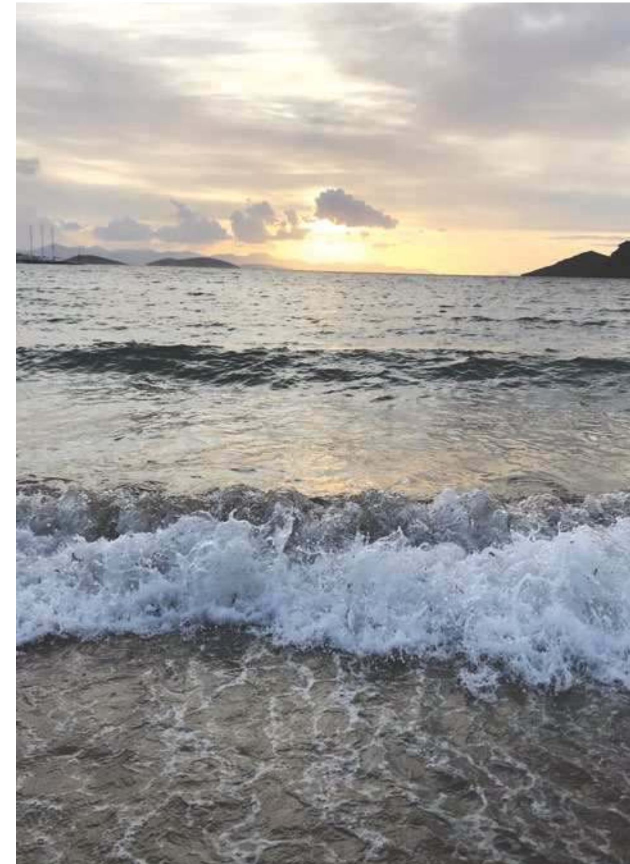
### Hamle

Sektör bir yandan şehir diğer yandan beni çekiştiriyordu. Son zamanlarda bu çekiştirmeyi kaldıramamaya başlamıştım. Dayatılanların aksine diğer yolları düşünmeye karar verdim ve kaçmayı seçtim. Bodrum'u tercih ettim çünkü orada arkadaşlarım vardı, havası, doğası güzeldi ve yaklaşan yaz aylarında reklamcılık yönümü kullanabileceğim etkinlik alanları, oteller ve festivaller vardı. Diğer seçenekler yanında güneş gibi parlıyordu anlayacağınız. Freelance'in, evden çalışmanın, zamanını kendin ayarlamanın, güneşi yakalamanın, geceyi daha aktif ve çalışarak geçirmenin matematiğini yapmaya başladım kafamda. Bunca yıl markaların pazarlanmasına yardımcı olduğuma göre kendimi de pazarlayabilirim diye düşünerek işi bırakıp kendi yoluma bakmaya karar verdim. Freelance olarak reklamcılık yapacak olsam da, hobilerimi gerçek işe çevirme isteğim de bu kararda baskın oldu. Kendime boş zaman yaratıp neyi sevdiğimi bulacak, fiziksel ve psikolojik anlamda kendimi iyileştirecek ve hayatımı bu çekişmeden kurtaracaktım. Çünkü artık ben kendime zarar vermeye başlamıştım ve hiçbir sistem buna değmezdi.

### Şimdiye kadar

Bu süreçten en büyük beklentimin, hiçbir beklentimin olmaması gerektiğini öğrendim. Tabii bunu anlamam da bir 15-20 günümü aldı. Geldikten sonra dinlenmeye alınan beyin, verdiğim kararlarla ilgili çekişmeler yaşamadı değil. Benim pes edeceğimi düşünen insanlar sıradaymış da bu anı bekliyormuşlar gibi hissettim. Ama önemli olan iyileşmekti, başarılı olmak değil. Kaybedecek hiçbir şeyim yok çünkü dursam bile yeniden yapacak gücü kazanmaya geldim. O yüzden ilk başta bahsettiğim tüm korkulara kulak tıkadım ve şimdi bu yolda yürüyorum. Bir ayda iki iş aldım ve Bodrum'da yazın artan iş olanakları için çalışmaya başladım. Geçmiş korkularımın beni etkilemesine izin verseydim, bunu bile deneyememiş ve başaramamış olacaktım.

Doğanın dengesini bile isteye bozan, sokakta bir tane bile ağaç bırakmayan, mesaiyi yasal kılan, aktivite yapmak için zaman bırakmayan sistem İstanbul'da yaşayan herkesin ruh ve beden sağlığını tehlikeye atıyor. İşten geç çık, spor yapmaya enerjin kalmasın. Hormonlu meyve sebzeleri ye, yemeğinde hiç tat olmasın. Hafta sonu nefes alacağım diye parka git, yanında geçen ana yolda trafikten insanlar çatlasın, sen de onların egzozunu içine çek. İnşaat seslerine alışık vaziyette çalış ve hafta sonunu yine o seslerle geçir. Deniz kenarında çalışmana rağmen sürekli doldurulduğu için denizin d'sini göreme. Liste uzun, ben tabii ki sadece kötülerini saydım. Vapura bindiğinde karadan uzaklaşınca karşılaştığın manzara, tepelerden batan müthiş güneş, milletleri birleştiren kaotik doku... Bunlar baki, özleyeceğim tabii ki.



# Öne çıkan **kariyer fırsatları**

**Art Direktör**
Standby
info@standby.agency
Ortaköy / İstanbul

**Dijital Stratejist**
Roy+Teddy
contact@royandteddy.com
Beyoğlu / İstanbul

**Müşteri Temsilcisi**
GTB İstanbul
yelda.sekizkok@gtb.com
Bakırköy / İstanbul

**Müşteri Temsilcisi**
FCBARTGROUP
cv@fcbartgroup.com
Levent / İstanbul

**Front-End Developer**
C-Section
musa.balta@c-section.com,
Şişli / İstanbul

**Grafik Tasarımcı**
Working
erdem@working.com.tr
Kağıthane / İstanbul

**Sosyal Medya Uzman Yardımcısı**
Bernardo
ik@bernardo.com.tr
Mecidiyeköy / İstanbul

**Dijital Medya Planlama Uzmanı**
KAFT
jobs@kaft.com
Beyoğlu / İstanbul

**Metin Yazarı**
Workattack
info@workattack.com
Üsküdar / İstanbul

**Art Direktör / Metin Yazarları**
Askıda Ne Var
info@askidanevar.com
Sarıyer / İstanbul

**Motion Graphic Designer**
Dijital Sanat Yönetmeni, Einstein
info@einstein.com.tr
Üsküdar / İstanbul

**Uygulamacı Grafiker**
San360
cv@sanmedya.com
4. Levent / İstanbul



# CURIOUS

## Gerçekliğin ötesi

Artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ya da karışık gerçeklik... Yeni teknolojilerde her an üzerinde konuştuğumuz tüm bu yeni 'gerçeklikler' artık kullanıcıya bilim kurgu filmleri kadar uzak değil.




Yıldırım Ünverdi (28)
ULMER AR-GE ve Bilişim Koordinatörü, Bahçeşehir Üniversitesi

425 sn

yildirimunverdi@gmail.com

> “Dünyayı kapatan ‘Sanal Gerçek’in aksine AR, bireylerin dünyada mevcut olmasına izin veriyor. Bugün olanlarla ilgili gelişme sağlamasına olanak tanıdığından Artırılmış Gerçek için heyecan duyuyorum...”
> *Tim Cook, CEO, Apple*



Artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ve karışık gerçeklik; çoğu insan için hala oldukça soyut ve egzotik teknolojiler. Bunlar, genellikle Hollywood filmleri yüzünden bilim kurgu olarak algılanıyor. Hologramlar, interaktif ekranlar ve sanal 3D modeller, canlandırma... Aslında bunların hepsi zaten var. Bu yazımızda teknoloji haberlerinde gün geçtikçe daha da çok duymaya başladığımız ve ileride hayatımızın bir parçası olmaya yakın bir kavram olan ‘Artırılmış Gerçeklik’ten bahsedeceğiz.

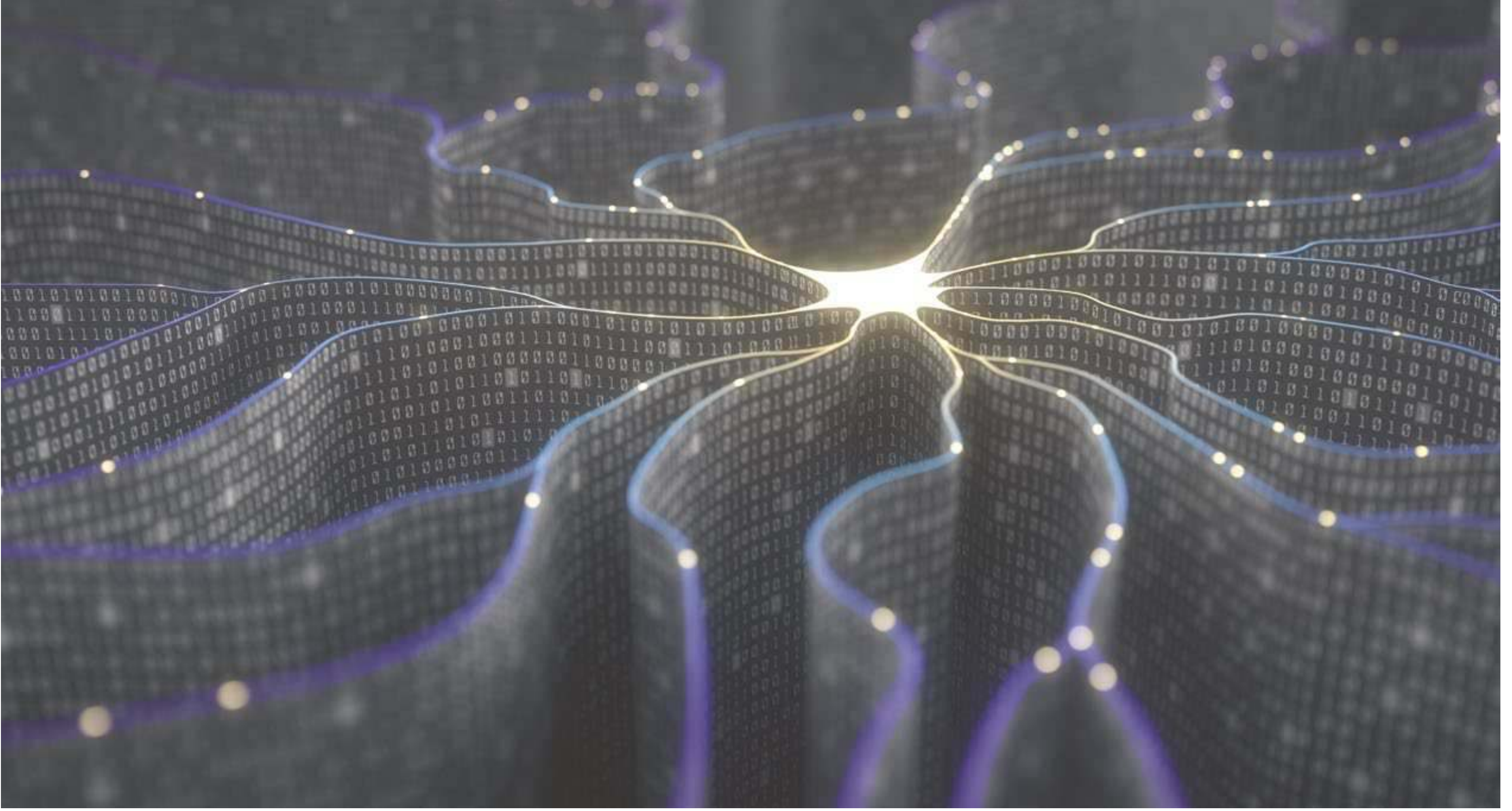
Belki de birçoğumuz konuya aşina, lakin bu konuda çoğumuzun kafasını karıştırılan durum artırılmış gerçeklik (AR) ile sanal gerçeklik (VR) arasındaki fark. Kısaca ikisini de tanımlayacak olursak: Sanal gerçeklik (VR), gerçek hayatta bir ortamın veya durumun yapay, bilgisayar tarafından üretilen bir simülasyon veya rekreasyonudur. Artırılmış gerçeklik (AR), bilgisayarla oluşturulan geliştirmeleri varolan bir gerçekliğin üzerine yerleştirip, etkileşim yeteneği sayesinde daha anlamlı hale getiren bir teknolojidir. Artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik, her bir teknolojinin kullanıcıya gerçekleştirmeye ve sunmaya çalıştığı şeylerle birbirinin ters yansımalarıdır. Sanal gerçeklik, gerçek yaşam ortamının dijital rekreasyonunu sunarken; artırılmış gerçeklik, gerçek dünyaya sanal öğeleri bir kaplama olarak sunar. Sanal gerçeklik genellikle kafaya takılan veya elle tutulan bir denetleyici aracılığıyla kullanıcıya teslim edilir. Bu ekipman, insanları sanal gerçeğe bağlar ve gerçek dünyayı taklit edebilecek bir ortamda eylemlerini kontrol etmelerini ve gezmelerini sağlar. Artırılmış gerçeklik, gerçek dünyanın ve dijital resimlerin, grafiklerin kesiştiği ve etkileşim biçimini değiştirmek için dizüstü bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve tabletler gibi mobil cihazlarda giderek daha fazla kullanılmakta. Geçenlerde bu yeni teknolojiyi araştırırken şöyle bir örnek ile karşılaştım: Sanal gerçeklikle (VR) köpek balıkları eşliğinde yüzebilirsiniz. Artırılmış gerçeklikte (AR) ise kartvizitinizde bir köpek balığı belirip onu izleyebilirsiniz. VR daha çekici olsa da, AR kullanıcıya daha fazla özgürlük sağlar ve pazarlamacılar için daha fazla olanak sunar, çünkü kafaya monte edilmiş bir ekran olması gerekmez.

Özetle artırılmış gerçeklik tamamen sanal bir ortamda yaşamanızı gerektiren sanal gerçekliğin aksine, mevcut doğal ortamınızı kullanır ve üstüne sanal bilgi bindirir. Yani, artırılmış gerçeklik gerçek hayatımıza sanal dünyanın entegre hali. Artırılmış gerçekliğin en büyük avantajı, dijital ve gerçek dünyalar arasında dolaşan köprü olması.

Sizleri tarihsel süreçle sıkmak istemem fakat gelişim sürecine biraz olsa da değinmekte fayda var.

**Gerçekliğin dünü ve bugünü**

Öncelikle 1968 yılında Ivan Sutherland ve Bob Sproull, başımıza monte bir ekran hazırladılar; buna da Demokles’in kılıcı deniyordu. Açıkçası, ilkel bilgisayar grafikleri görüntüleyen kaba bir cihazdı. 1975 yılında Myron Krueger, yapay bir gerçeklik laboratuarı olan Videoplace’i kurdu. Bilim adamı dijital hareketlerle insan hareketlerinin etkileşimini öngörüyordu. Bu gelişme daha sonra belirli projektörler, video kameraları ve ekran üstü silüetler için kullanıldı. 1990 yılında ise, “artırılmış gerçeklik” terimi doğdu. Bu kavram ilk önce, Boeing şirket araştırmacıları Thomas Caudell ve David Mizell’in çalışmaları ile ortaya çıkarak geliştirildi. 1992’de ABD Hava Kuvvetleri’nden Louis Rosenberg, “Sanal Fikstürler” adlı AR sistemini yarattı. 1999’da Frank Delgado ve Mike Abernathy önderliğindeki bir grup bilim insanı, helikopter videosundan pistler ve sokaklar verileri üreten yeni navigasyon yazılımını test etti. 2000’de bir Japon bilim adamı olan Hirokazu Kato, ARToolKit’i geliştirdi ve yayınladı. 2004’te Trimble Navigation, açık hava kaskına monte AR sistemi sundu. 2008 yılında Wikitude, Android mobil cihazlar için AR Seyahat Rehberi’ni hazırladı. Hepimizin merakla beklediği ve hatırlarımızda olan gelişme ise 2013’te yaşandı. Google, Google Glass’ı internet bağlantısı ile bir Bluetooth üzerinden test etti. 2015 yılında Microsoft, iki yeni teknolojiyi sundu: Windows Holografik ve HoloLens (HD hologramları görüntülemek için birçok sensörleri olan bir AR gözlüğü). 2016 yılında Niantic mobil cihazlar için Pokemon Go oyunu başlattı. Pokemon Go, insanları evlerinden çıkıp gerçek dünyada birlikte oynamaya teşvik etti. Pokemon Go, gerçek dünyada bizi Pokemon’un var olduğuna inandıran sanal bir dünya yarattı. Değerli görüşlerini aldığım kişiler Pokemon Go’nun patlamasını iki nedene bağlıyorlar: 1. En gelişmiş teknolojiden ve yeni bir oyun türünden yararlanma; 2. Bunu, çok iyi bilinen ve nostaljik bir markayla birleştirmek. Bu iki faktör, Pokemon’un kitlelere ulaşmasını sağladı ve toplumun artırtılmış gerçekliğin aslında nasıl göründüğünü anlamasına yardımcı oldu. Uygulama, oyun endüstrisini patlattı ve sadece ilk haftada 2 milyon dolar kazandı.



Bu tarihsel gelişmelerin ışığında şimdiye dönecek olursak Google, Apple, Facebook ve Microsoft gibi büyük şirketler, artırılmış gerçeklik savaşında zafere hazırlanıyor. Her biri diğerlerine karşı mücadele etmek için çalışıyor. Facebook, sosyal medya platformlarını artırılmış gerçeklik platformlarına dahil etmek için çalışıyor. Ayrıca, Facebook, Augmented Reality'in gücünü kendi platformuna oturtmak için AR akıllı gözlükleri üzerinde çalışıyor. Facebook CEO'su Mark Zuckerberg konuşmasında, artırılmış gerçekliğe bir sonraki bilgi işlem platformu olarak atıfta bulundu. Apple, Apple AR Kit'i piyasaya sürerek artırılmış gerçekliğin geleceği üzerine bahis oynuyor. AR Kiti Haziran 2017'de Apple Developers'ın konferansında açıkladı. AR, uygulamalar üzerinde çalışan geliştiricilerin dijital deneyimleri fiziksel dünyaya entegre etmelerine izin veriyor. Uygulamalar, Apple'ın en yeni amiral gemisi akıllı telefonu olan iPhone X ile birlikte başlatıldı. Siz bu yazıyı okurken Samsung S9, önemli AR özellikleriyle belki de satışa çıktı bile. AR, müşterilerle ve genel izleyiciyle bağlantı kurmanın yenilikçi ve yaratıcı bir yolu olarak kabul ediliyor. Reklam şirketlerinin, müşterileri açısından iletişim biçimlerini iyileştirmek için artırılmış gerçekliğin olanaklarına girmeleri bekleniyor. Örneğin, AR yalnızca kullanıcıların önlerinde değil, etraflarını çevreleyen görüntülerin üç boyutlu bir şekilde düşünce oluşturmasına olanak tanır; bu sayede AR teknolojisi ayrıntılı reklamlar sağlar. Mobil artırılmış gerçeklik uygulamaları, indirilebilir kolay özelliklerinden ve akıllı telefonlarda dinamik kullanımlarından dolayı hızla popülerlik kazanıyor. Bildiğimiz büyük şirketlerin dışında da genel bağlamda çoğu teknoloji şirketi, yeni uyarlamalar, ve iyileştirmeler yapıyor. Bunun yanında, teknolojiyi destekleyen ve daha fazla bilgiye sahip olan kullanıcılar için daha çok ürün ve uygulama sağlamak adına yatırım yapıyor ve geliştiriyor.

Pazar araştırma şirketi IDC, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik pazarının dünya çapındaki gelirlerinin 13,1 milyar dolara yaklaşacağını tahmin ediyor. Bu durum 2016 yılında 6,1 milyar dolar seviyesindeydi. Ancak 2020 yılına kadar 143 milyar dolara ulaşacağı öngörülüyor. Deloitte LLP, saygın bir danışmanlık binası için, güçlendirilmiş/sanal gerçekliğin önümüzdeki yıl güçlü olacağına inananların arasında. Tahmini pazar veri noktaları etkileyicidir. Deloitte Başkan Yardımcısı Paul Sallomi, "2018'de akıllı telefonlarda 1 milyar AR uygulaması olacak ve bir milyar kullanıcı en az bir kez AR içeriği oluşturacak. Şu anda 300 milyon kullanıcı bunu yapıyor" dedi . 2018 yılının sonuna gelindiğinde, 800 milyondan fazla akıllı telefonda, hem AR destekli özel bir OS hem de onlara güç sağlamak için yeterince güçlü bir donanım (CPU'lar, GPU'lar, DSP'ler ve sinirsel çipler) olacak. AR içeriği ve cihazları için aylık uygulama gelirleri, 2018'de küresel olarak 100 milyon doların üstünde olacak.

**AR nerede, nasıl kullanılır?**

AR'ın kullanım alanlarını gün geçtikçe daha çok alana yayılacak. Şu an için daha çok eğlence amaçlı gözükse de ileride daha çok bilim, tıp, eğitim, pazarlama, sahne sanatları, iç mimarı ve askeri alanlarda önemli gelişmelere sahne olacak. AR'ı kategorilere ayırdığımızda işaretleyiciye dayalı artırılmış gerçeklik (ayrıca "görüntü tanıma" olarak da adlandırılır), bir işaretçi okuyucu tarafından algılanırsa bir sonuç elde etmek için bir kamera ve QR/2D kodu gibi görsel işaretçi kullanır. İşaretçi tabanlı uygulamalar, bir işaretçiyi başka bir gerçek dünya nesnesinden ayırmak için cihazda bir kamera kullanıyor. Belirteç olarak, ayırt edici fakat basit






desenler(bir QR kodu gibi) kullanılır, çünkü kolayca tanınabilirler ve okumak için çok fazla işlem gücü gerekmez. Konum ve yönelim de hesaplanır; burada bazı içerik türü ve/veya bilgi işaretçinin üzerine bindirilir. Konuma dayalı, konum temelli veya GPS artırılmış gerçeklik olarak en yaygın şekilde kullanılan uygulamalarından herhengi biri, bir GPS, dijital pusula, hız ölçer veya cihaza yerleştirilen ivmeölçer bulunduğunuz yere dayalı veriler sağlar. Projeksiyona dayalı arttırılmış gerçeklik ise gerçek dünyadaki yüzeylere yapay ışık yayarak çalışır. Projeksiyon temelli artırılmış gerçeklik uygulamaları, gerçek dünya yüzeyine ışık göndererek insan etkileşimine izin verir ve ardından bu yansıyan ışığın insan etkileşimini (yani dokunma) algılar. Kullanıcının etkileşimini algılama, beklenen (veya bilinen) projeksiyon ile değiştirilen projeksiyon arasındaki farkı belirterek yapılır (kullanıcının etkileşiminden kaynaklanır). Projeksiyon tabanlı arttırılmış gerçekliğin bir diğer ilgi çekici uygulaması, üç boyutlu (3D) interaktif hologramın havaya taşınması için lazer plazma teknolojisini kullanılır. Süperpozisyon temelli arttırılmış gerçeklik, kısmen veya tamamen, nesnenin orijinal görüntüsünü, aynı nesnenin yeni eklenmiş bir görünümüyle değiştirir. Çoğaltmaya dayalı arttırılmış gerçeklikte, nesne tanıma hayati bir rol oynar. Çünkü uygulama, nesnenin ne olduğunu belirleyemiyorsa, orijinal görünümü genişletilmiş nesneyle değiştiremez. Genişletme temelli artırılmış gerçeklikle ilgili güçlü bir tüketici örneği IKEA artırılmış gerçeklik mobilya kataloğunda bulunabilir. Kullanıcılar basılı veya dijital katalogda bir uygulama indirip seçilen sayfaları tarayarak, genişletilmiş gerçeklik yardımıyla kendi evlerine sanal ikea mobilya yerleştirebilirler.

İnternette AR uygulama alanları ve yapılan uygulamalar ile ilgili yüzlerce örnek bulunabilir. En son karşılaştığım bir örneği sizlerle paylaşmak isterim. Major League Baseball (MLB) için bir AR uygulaması geliştiriliyor ve büyük oranda kucaklanması bekleniyor. Taraftarlar, cihazlarının ekranında belirli bir beyzbol oyuncusunu görüntüleyerek oyuncu istatistiklerini gerçek zamanlı olarak görüntülemek için yükseltilmiş kamerayı kullanıyor.

**Bizi nasıl gerçekler bekliyor?**

Günümüzde, AR uygulamalarının yeni başlamış olduğu bir aşamasındayız. Önümüzdeki bir ya da iki yıl içinde kesinlikle bu alanda büyük gelişmeler yaşanacak. Şüphesiz ki, büyük AR uygulamaları şu an yapım aşamasında ve çok yakında onları göreceğiz. Bu duruma bir benzetme olarak iPhone'un kendisi olabilir. İlk iPhone'lar piyasaya çıktığında 2007-2008 yıllarında, telefonda yer alan uygulamaların hayatımız kolaylaştırması açısından ne kadar yardımcı olduğunu gördük ve daha heyecan verici uygulamaların çıkması biraz zaman aldı.

AR alanında da benzer şekilde, hayatı kolaylaştırıcı ve yüksek viral büyüme gösteren çözümleri göreceğiz. Bu arada, çoğunlukla sanatçılar ve yazılım tasarımcıları tarafından nelerin inşa edilebileceğini anlamaya çalışırken öğrenme ve deneme aşamaları olacak. Muhtemelen inanılmaz AR uygulamalarının bazıları, ilk olarak kurumsal uygulamalar alanında görünecek. Bu uygulamalar öğrenme ve eğitimi daha kolay hale getirecek. Yeni AR içeriği, mobil cihaz kullanıcılarına tamamen yeni deneyimler sunacak. Kişiler ve firmalar AR'ın ne denli önemli bir faktör olduğunu anlamaya başladıktan sonra AR patlamasını görmeye başlayacağız. Dahası, yaratma ve AR uygulamasıyla ilgili tüm çerçeve, geleneksel mobil uygulamalardan farklı. Şimdiye kadar cep telefonlarımızın ekranlarını tabiri caizse bir çerveve olarak görmeye alıştık. AR ile çevremizdeki tüm alan, üzerine AR deneyimleyebileceğimiz bir çerceve haline geliyor. Bu durumu algılamadaki değişim, kullanıcı deneyimlerinde önemli değişikliklere neden olacak. Düşünün ki, artırılmış gerçeklik kullanıcıları hem sanal hem de gerçek dünya uyumlu bir şekilde bir arada yaşarken sanal bilgilerin günlük aktivitelere yardımcı olması için bir araç olarak kullanmakta, yeni ve geliştirilmiş bir doğal dünyayı deneyimlemekte. İsteğe bağlı olarak, her şeyi görme ve düşünme biçimimizi değiştiren 7/24 teknolojiyle sürekli olarak çalışabilen bir toplumda yaşadığımızı savunanlar var. Bu her zaman kötü bir şey değil, ancak sanal dünyada çok fazla zaman harcamak ve gerçek dünyadaki bazı fantastik şeyleri kaçırabilmek için bir tehlike söz konusu. Sorun, güçlendirilmiş gerçekliğin vaatlerine uyup uymayacağına ve yüksek kalitede, şaşırtıcı deneyimler sunup sunmayacağına bağlı.



# Hiç eskisi gibi değilsin artık sen, **çok değiştin!**

Herkesin daha mutlu, zengin, kültürlü ve popüler olduğu sosyal medya uygulamaları gerçek ve sanal dünyayı birbirinden ayırarak yepyeni bir gerçeklik yaratıyor.



Onur Beşen (29)
Makine Mühendisi

166 sn

1.86 milyar Facebook, 600 milyon Instagram, 467 milyon LinkedIn ve 313 milyon Twitter. Bu sayılar belki ilk bakışta bir şey ifade etmeyebilir ama bu sayılar 2017 yılındaki tüm Dünya genelindeki sosyal medya platformlarının aktif kullanıcı sayıları. Sadece Türkiye'yi düşünecek olursak tamı tamına günde 2 saat 48 dakikamız sosyal medyada geçiyor. Sizce gerçekten bu kadar sosyal medya kullanımına ihtiyacımız var mı? Kullanılıyorsa da gerçekten doğru kullanıyor mu? Kime göre doğru ya da kime göre yanlış?

Teknoloji tarafı bir yana dursun, psikolojik olarak bu platformlar, egomuzu mükemmel şekilde beslemiyor mu sizce de? Ya da toplum içinde var olma çabamızı en kısa yoldan ve en hızlı şekilde gerçeğe dönüştürüyor. O yüzden bu kadar popüler oldu ya zaten. Çünkü hep mutluyuz orda, hep varlıklıyız, hep olması gerekenden daha güzeliz ya da daha yakışıklıyız. Daha kültürlüyüz (bknz: Kürk Mantolu Madonna) ve en önemlisi her şey bizim kontrolümüzde. Blogger'ız hepimiz. Traveller falan bunlar hikaye bizim için, metrobüse biniyoruz sonuçta daha ne olsun! Günde 2 kere kıta değiştiriyoruz. Writer olanlarımız da var, azımsanamayacak kadar. Twitter hesabımız var çünkü, orada yazıyoruz. Her şey çok kolay yani. Bir benlik sahibi olmak ya da olmayan yeteneğimize sahip olmak sadece saniyelerimizi alıyor. Ne kadar iyi olduğumuz 10 TL'ye aldığımız takipçi sayımız kadar (Tabii ki almadık, hepsi arkadaşımız bir kere!). Duygusuzlaşıyoruz böylece, çünkü bir şeyleri elde etme duygumuz yok. Önceden insanların senelerce uğraşıp kazandıkları ünvanları, biz kendi kendimize saniyeler içinde verebiliyoruz. Herkesin ve her şeyin bir alternatifi var. Sevgilinizin daha güzeli de daha yakışıklısı da bir renk skalası gibi elinizin altında. Önemli olan nasıl boyayacağınızı bilebilmek. Hatta ona bile gerek yok Tinder'da sağa atıp beğenirsiniz, o







da sizi beğenirse tamamdır zaten. Aşk, sevgi, bağlılık, sadakat, merhamet gibi insan olmanın en güzel ayrıcalıklarından yoksun ve aynı zamanda da git gide bencilleşerek ve yalnızlaşarak yaşadığımız hayatı, farkında olmadan böyle çekilmez bir hale getiriyoruz.

Mesela; en son hashtag (#) kullanarak neye duyarlılık kastık acaba? Kadın cinayeti, çocuğa tecavüz, LGBT için özgürlük ya da şehitler için birer #sehitlerolmezvatanbolunmez hashtag'i ile tweet. Facebook'taki profillerimizi karartıp, Instagram'a da birer Türk bayrağı astık mı tamamız(!). Artık birer duyarlı vatandaşız! İşte tam da bu nokta, sosyal medyanın ne kadar sanal olduğunu ve duygudan ne kadar yoksun olduğunu hissettiğim an. Denk gelmişsinizdir belki "kadına şiddet" teması ile çekilen ve gerçekte ne kadar duyarsız olduğumuzu gösteren 'sosyal deneyler'i. Instagram'da yine böyle bir videoya denk geldim ve birçoğunuz gibi ben de izledim. Üzüldüm tabii ki ve sonra alttaki o muhteşem yemek fotoğrafına geçtim. Sonra arkadaşlarımın bir gece kulübündeki eğlencelerini like'ladım. Tüm bunlar olurken artık istemsiz bir şekilde beğendiğimi fark ettiğim, bir kaç manzara fotoğrafını da kalbe boğduktan sonra, uygulamayı kapattım.

Peki kadın nerede?

Şu, şiddet gören hani...

Kimsenin sesini duymadığı, kimseye kendini gösteremeyen kadın.

Yok di mi? Üzüldüm mü? Tabii ki üzüldüm.

Hadi ama, dürüst olalım! En fazla 5 saniye.

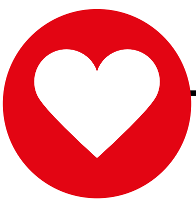
Niye? Çünkü çok alıştık. Her gün onlarca görüyoruz. Yüzlerce fotoğrafla yüzleşiyoruz ve bakmak için hiç zamanız yok. Her bir fotoğrafın en fazla 2 saniyesi var; beğen ya da geç. Videonun ise en fazla 10 saniyesi. Bizi ikna edemezse eğer izlenecek ve beğenilecek daha çok içerik var. Beğenilerimiz işte bu kadar çabuk ve bir o kadar da samimiyetten uzak.

Tüm bunları anlatarak size artık sosyal medya kullanmayın mesajı vermek içerisinde değilim. Ya da bazı arkadaşlarımdan duyduğum "Tüm sosyal medya hesaplarımı kapattım ve kafam çok rahat" gibi bir pozisyona girmenizi de beklemiyorum (bence bu durum da saçma zaten). Sadece sosyal medyayı gerçekten kullanmamız gerektiği gibi mi kullanıyoruz? Yoksa dijitalleşen bu dünyada biz de git gide sanal bir hal durumuna geçerek duygudan yoksun bir hale mi geliyoruz? Bunu göstermeye çalışıyorum.

Şimdi bu yazıyı okuduktan sonra bile (buraya kadar gelebildiysek tabii), yine bazı hesaplarımızı kontrol edeceğiz ve karşımıza çıkacak bir kedi videosu bile, emin olun 5 saniyeden fazla eğlendirecek bizi. Taa ki, azıcık da olsa o ekranlardan kafamızı kaldırıp, kitaplara gömene kadar. Etrafımızdakileri keşfetmeye, duymaya ve duyumsamaya başlayana kadar...




Sosyal medyayı gerçekten kullanmamız gerektiği gibi mi kullanıyoruz? Yoksa dijitalleşen bu dünyada biz de git gide sanal bir hal durumuna geçerek duygudan yoksun bir hale mi geliyoruz?



# PASSION

# Asi şehirli: **Seat Arona**

Seat'ın Ibiza'dan türettiği yeni B segmenti crossover modeli Arona, büyümeye devam eden crossover-SUV pazarından İspanyollar için daha çok pay almaya geldi.

**Mehmet Akif Doğan** **148 sn**

Otomobil üreticileri birer birer crossover rekabetine dahil olmaya devam ediyor. Öyle ki model tarihinde SUV bile üretmemiş markalar, birden çok modelle büyümeye devam eden pastadan pay almaya çalışıyor. Bu üreticilerin başında da şüphesiz İspanyol üretici Seat var.

İlk olarak kompakt SUV modeli Ateca ile rekabete dahil olan Seat, Fransız ve Japonların hegomanyası altında bulunan B segmenti crossover pazarına da Arona ile giriş yaptı. Arona'nın sınıfında; Peugeot 2008, Renault Captur ve Nissan Juke gibi önemli isimler bulunuyor. Peki İspanyolların Alman işbirliğiyle ürettikleri renkli ufaklığı Arona bu dişli rakipler karşısında neyine güveniyor? Cevabı arıyoruz.

Artık kompakt sınıftaki otomobiller kadar büyüyen B segmenti araçlarla karşı karşıyayız. Bunun en net örneğini de geçtiğimiz aylarda sürüş izlenimi konuğumuz olan Ibiza'da görmüştük. Öyle ki hem tarzıyla hemde geniş yaşam alanıyla sanki bir Leon'muş gibi davranan Ibiza, yeni üretim platformu sayesinde bol bol hacim ve diz-baş mesafesiyle karşımıza çıkmıştı. Fakat crossover modellerine olan bağlılık daha fazlasını istemekle açıklanabilirdi ki Arona ile tam da böyle oldu. Daha yüksek, daha uzun, daha ferah.

Arona aslında Ibiza ile birebir aynı platformu kullanmasına rağmen kardeşinden 8 santim daha uzun. Bu mesafe dingil mesafesinde sadece 1mm farketmiş olsa da; daha fazla diz ve baş mesafesi, daha yüksek tavan ve artan bagaj hacmi Arona'nın elini güçlendiren silahları. Toplam yüksekliği kardeşi Ibiza'dan 9 santim daha fazla olan Arona, arka ve ön koltukların tabanından tavana kadar olan genişlikte 4'er santim daha fazla alana sahip. Tüm bu sayılarla birlikte bagaj hacmi de yaklaşık 45 litre daha fazla olan





Arona, potansiyel bir crossover alıcısını cezbeden tüm "boyut" özelliklerini bünyesinde barındırıyor.

Kaputun altında Volkswagen Grubu'nun bir çok modeline can veren 1 litrelik 3 silindirli yeni EcoTSI motoru kullanan Arona, hem makul performans hem de ekonomiyi bir arada sunmak için başarısı kanıtlanmış bir formülü kullanıyor. 3 silindirli ünitenin 115 beygir gücüyle ve 200 Nm torkuyla hızlanma isteklerine tatmin eden karşılıklar veren Arona, sağ ayağınıza hakim olduğunuz takdirde 5.5-6 lt/100km civarı bir tüketim verisiyle yüzünüzü güldürmeyi başarıyor. Tabi 3 silindirli üniteden yükselen tınılara karşı koymayı başarabilirseniz.

Güç ünitesinin hem dinamik hem de ekonomik karakterine katkı sağlayan en önemli rollerden biri ise DSG'ye düşüyor. İsteklerinize olabildiğince hızlı ve doğru şekilde cevap vermeye çalışan şanzıman, Arona ile biraz eğlenmek istediğinizde en büyük destekçiniz oluyor. Fakat otomobilin yapay ve haddinden fazla yumuşak direksiyon sistemi ve konfor odaklı süspansiyonlar bu eğlencenin kısa sürmesine neden oluyor. Sınırlarının dışına çıkma konusunda fazlasıyla aceleci davranan Seat Arona, tutunmanın sona erdiği durumlarda kontrolsüzce önden kayma eğilimi gösteriyor. ESP sisteminin korumacı yapısı ise Arona'nın arka bölümünün çizgisinden sapmasına çok fazla izin vermiyor. Ekonomik sürüşlere odaklanmakta fayda var. Her ne kadar aynı platformu kullansa da Ibiza'ya benzememe konusunda fazlaca çaba sarf eden Arona, kendine özgü LED stoplarıyla ve  çift renkli gövde yapısıyla dikkat çekmeyi başarıyor. C sütunu üzerine işlenmiş X harfi, otomobilin en üst donanımı paketi Xcellence ile donatıldığının ipucunu veriyor. Ön bölümdeki geniş havalandırma ızgarası, tampondaki keskin hatlar, arka bölümdeki difüzör ve bagaj spoyleri ise Arona'nın "sportif" karakterine vurgu yapıyor. Bu ufaklığın rakiplerini tasarım konusunda geride bırakmaya yetecek kadar havası olduğu bir gerçek. Kokpitte yine Ibiza'dan çok da farklı görünmeyen Arona, Alcantara koltuk döşemesiyle ve kabinin çeşitli bölgelerine yerleştirilmiş beyaz kaplamalarla kalite algısını yukarı çekmeyi başarıyor. Beyaz dikişli deri direksiyon simidi ve ön konsol ise aynı kontrastı devam ettiriyor.

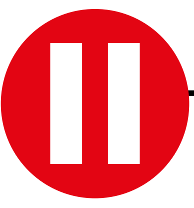
Uzun zamandır Seat modellerinde görmeye alışık olduğumuz gösterge tablosunu ve bilgi ekranını kullanan Arona, Apple CarPlay ve Android Auto gibi mobil bağlantıları destekleyen 8inçlik bilgi-eğlence sistemi ekranını Xcellence ve FR donanım ile birlikte standart olarak sunuyor.











# Hola!: **Barcelona**

Lezzetli yemekleri ve tarihi atmosferiyle turistleri masalsı bir yolculuğa çıkaran Barcelona'da yepyeni bir kültürü öğrenirken şehir hayatının tadını çıkarmak da mümkün.



Selin Çelen (22)
Stajyer Doktor

236 sn







Temmuz ayında Madrid'den Barcelona'ya giden otobüsün içinde, elimde aylardır özenle araştırıp hazırladığım seyahat notlarını tutuyordum. Madrid'in şaşırtıcı güzelliğinden sonra merakla görmeyi beklediğim Barcelona, gezdiğim ülkeler arasında tekrardan geleceğim şehirlerlerden biri olacaktı...

Kaldığım yer Casa Batllo yakınlarında olduğu için, gezmeye ilk buradan başladım. Gaudi'nin imzasını taşıyan yapı, Passeig De Gracia bulvarında tüm dikkatleri üzerine çekiyordu. Önünde uzunca bir kuyruk olduğu için şimdilik burayı geçip yürümeye koyuldum.

Çok geçmeden alışveriş merkezi ve mağazalarla kaplı bir meydana geldim: Placa DeCatalunya.

Hayal ettiğim Barcelona nerede diye içimden geçirirken yavaşça yaklaşıyordum. Elimdeki harita beni Barcelona Katedrali'ne getirdi. Şimdiden söylemeliyim ki Temmuz ayında çılgınca bir turist kalabalığı sizi bekliyor olacak.

Katedrale girmeden önce meydandaki müzik sesi dikkatimi çekmişti.Halka şeklinde birbileri etrafında dans eden, yaşları 60-70 arasında olan insanları seyretmeye koyuldum. Çalınan müziğin ezgisi ve insanların uyumu beni büyülemişti; bunun Katalanların geleneksel dansı olan La Sardana olduğunu sonradan öğrendim. Katedralin de içinde bulunduğu Barri Gotic (Gotik Mahalle), gezmeniz gereken en ünlü bölgelerden bir tanesi. Dar sokakların arasında Roma döneminin izlerinin hissederken eski Kraliyet sarayı olan Palau Reial Major'a girmek isteyebilirsiniz.Eğer Picasso'yu arıyorsanız, hemen yakındaki El Born'da karşınıza çıkacak olan müzesini gezmenizi öneririm.

Ve Barcelona'nın en ünlü caddesine gelmiştim: La Rambla. Barri Gotic'in 2 katı fazlasıturistin olduğu cadde, çift taraflı restoranlar, kafeler, hediyelik eşya satılan dükkanlarla dolu. Sık sık sokak sanatçılarına rastlamanız da mümkün.

Restoranların cadde üzerine çıkardığı masalarda Sangriasını yudumlayan insanları ve önlerinde paella adlı İspanyolların geleneksel yemeğini göreceksiniz. Paella özel pirinç ve sosu ile deniz mahsulleri, tavuk vb.çeşitli malzemelerle pişirilen bir yemek. Paella'nın esas ünlü olduğu bölge ise Valencia. Valencia'ya gittiğimde yapılışının püf noktalarını öğrendiğim bir İspanyol bana; içine konulan suyun bile bölgeden bölgeye lezzet değişikliğine katkısı olduğunu söylemişti ve orjinal paella'nın deniz ürünleriyle olduğunu eklemişti.

La Rambla'da öncelikle tüm restoranlar turistik olduğu için fiyatlar ona göre şekilleniyor. Ben de herhangi bir restorana oturup deniz ürünleriyle yapılmış olan paella yiyip yanında sangria içmiştim. Ancak sonradan konuştuğum diğer bir İspanyol arkadaşım bu restoranların hiç birinde yemememi söyledi. Asıl lezzetli paellalar turistik









bölgelerden uzak,yerel semtlerdeki restoranlardaymış. Gerçekten çok haklıydı! Sangira'ya gelirsek, kırmızı şarap ve mevsim meyveleri ile hazırlanan bir içki. Sangira denemeden İspanya'dan ayrılmayın derim. Ancak marketlerde ve hediyelik dükkanlarda satılan şişelerdeki sangirayı almanızı tavsiye etmiyorum, çünkü taze meyvelerle hazırlanan ile şişedeki arasında çok büyük lezzet farkı var.

La Rambla'da alternatif bir şeyler yemek ve içmek için diğer tavsiyem elbette ki Mercat de La Boqueria. Günün her saati ağzına kadar insanla dolu, buna rağmen kesinlikle girin. Birbirinden güzel taze meyve suları, tropikal meyveler, deniz mahsülleri, atıştırmalık yemek yiyebileceğiniz standları içinde barındıran bir pazar. Ben her gittiğim ülkenin pazarlarını,marketlerini gezmeyi seviyorum. Yerel halkın günlük yaşantısını daha yakından tanıma fırsatı buluyorum. Çok farklı tadları deneyimleyebiliyorsunuz. Yalnız unutmadan Pazar günleri Mercat de La Boqueria kapalı oluyor.

Enerjimi topladıktan sonra, La Rambla caddesinin sonuna geliyorum. Merakla gün boyu görmeyi en çok beklediğim yapı önümde yükselen Kristof Kolomb için yapılan Mirador de Colon'du. Yıllar önce babam gitmiş ve gelmeden önce bana da kesinlikle görmemi önermişti.

Kısa bir kuyruktan sonra, Barcelona tüm ihtişamıyla gözlerimin önündeydi. Her zaman bir şehre en yüksek noktalarından birinden bakmaya bayılıyorum! Hatta çoğu zaman gezmeye bu noktalardan başlarım. Şehre kuş bakışı bakıp,ona göre gezeceğim bölgelerin planlarını yaparım.

Uzun bir süre yukarıda kalıp fotoğraf çektim. Bir tarafımda marina Port Vell, kalabalığın eksilmediği La Rambla, Montjuic tepesi, uzaklarda görünen ve hala yapım aşamasında olan simge yapılardan biri Sagrada Familia...

Mirador de Colon'dan çıkmadan önce zemin katta bulunan minik bir şarap tadım yerinde oturup günün yorgunluğunu attım. İçtiğim şarabın tadına bayılmıştım!

Günün en güzel anı marinada kendini gösteriyordu. Kalabalık yavaştan azalmaya başlamıştı. Marinanın hemen girişine kurulan antika pazarına denk gelmiştim. Şahane eserler, plaklar, cam ürünleri, eski tabaklar,analog fotoğraf makineleri vardı. Sonrasında marinanın hemen içinde bir cafeye oturdum. Barcelona beni şaşırtmış ve büyülemişti. Üzerimde tatlı bir yorgunluk vardı. Şehrin diğer noktalarını keşfetmek için sabırsızlıkla diğer günleri bekliyordum.

**Gaudi'nin imzası: Sagrada Familia ve Park Güell**

Barcelona denilince,şehrin simgesi haline gelmiş olan Sagrada Familia akla gelir. Sagrada Familia'yı gezmek için önünde saatlerce kuyrukta beklemek istemiyorsanız,öncelikle internet üzerinden biletinizi almanızı öneririm. Böylelikle biletinizi alırken seçtiğiniz saatte geldiğinizde, gün içinde zamanınızı daha iyi değerlendirmiş oluyorsunuz.

Sabahın erken saatlerinde yürüyerek Sagrada Familia'ya varıyorum. Önümde tüm ihtişamıyla uzanan ve hala yapım aşamasında olan katedral vardı.

Her şey 1883 yılında bir önceki mimardan katedralin yapımını üstlenen Katalan mimar Antoni Gaudi ile başlıyor. Tüm bir ömrünün katedralde geçeceğini hissediyor gibiydi. Katedral 18 tane kuleye sahip. Kulelerin bir tanesi Hz.İsa'ya, biri Meryem Ana'ya adanmış. Ziyaret eden turistlerden ve gelen bağışlarla birlikte kulelerin yapımına devam edilmekte.

İçeri girdiğimde Gaudi'nin planladığı her türlü detayla birlikte bir ışık uyumunun ortasında buldum kendimi. Dallanan sütunların arasından içeriye giren gün ışığı eşliğinde bir süre yürüdüm.

Gaudi yaşadığı süre boyunca, yapının bitmeyeceğini biliyordu. Ancak her zaman ona hayat veren,arkasından gelen insanların ruhunun besleyeceğinin farkındaydı.

Sagrada Familia'dan sonraki durağım Park Güell oldu. Yine internet üzerinden biletimi almıştım.

Parkı gezmeye başladığımda geniş ve uzunca bir bank gördüm. Rengarenk seramik ve mozaiklerle kaplı,dalgalı şekildeki bu yapı turist kalabalığına çoktan teslim olmuştu. Arkanıza güzel bir Barcelona manzarası alıp fotoğraf çekilmek istiyorsanız, parkın açılış saatinde gelmenizi öneriyorum.

Park Güell'in öncesinde 60 tane evden meydana gelen bir site olarak yapılması planlansa da ancak 2 tane ev bitirilmiş. Sonradan da park halka açılmış. Park Güell'in içinde Gaudi'nin yaşadığı evi de ziyaret edebilirsiniz.

Barcelona'da Montjuic Tepesi'nde bulunan kale, Joan Miro Müzesi, Olimpiyat Alanı, Botanik Bahçesi, Tibidabo Tepesi, Barceloneta ve futbolla ilgileniyorsanız Camp Nou görülmesi gereken diğer yerler arasında. Barcelona, 3-4 günde gezilebilecek bir şehir değil. En az 1 haftanızı ayırmanız lazım.

Barcelona seyahatimden sonra İspanyolca öğrenmek istemiştim. Dönünce siz de çok özleyenlerdenseniz La Casa De Papel dizisini ve İspanyol yönetmen Pedro Almodóvar'ın filmlerini izlemelisiniz.

Şimdiden iyi yolculuklar!



# Çavdar Tarlasında Çocuklar

Dünya edebiyatının münzevisi J.D. Salinger'in "Çavdar Tarlasında Çocuklar" romanını Erge Güçlü yorumladı.



Erge Güçlü (25)
Business Intelligence Executive, Wavemaker

108 sn

"Sakın kimseye bir şey anlatmayın. Herkesi özlemeye başlıyorsunuz sonra." Cümlesiyle biten; John Lennon'ın katilinin tutuklandığı sırada okumakta olduğu kitaptan bahsedeceğim bu ay.

Romanın her gün dünya çapında 600-700 kopya sattığı söyleniyor dolayısıyla bu yazıyı okuyan çoğunluğun kitabı okuduğunu düşünsem de okumayı ertelemiş kişiler için "Çavdar Tarlasında Çocuklar"ı listelerinin tepesine çıkarmak gibi bir hedefim var.

Defalarca sansürlendiği halde okullarda okutulan, çokça tartışılan Salinger romanı "Çavdar Tarlasında Çocuklar."

Kitabın hem ana karakteri hem anlatıcısı olan Holden, birçok kişinin çokça sevip benimsediği bir karakter. Salinger dosya olarak kitabı ilk teslim ettiğinde "bu karakter deli" cevabını alıyor ve oldukça öfkeleniyor. Buradaki öfkesinin sebebi de karakterin kendisinden izler taşıması. Delilik kavramının tartışmaya oldukça açık olması ve birçok anormale, normalden daha çok ihtiyacımız olduğu zaten aşikar. Her şeye karşı olmaktan ya da farklı olmak için uğraş vermekten bahsetmiyorum. Zaten herkes olduğu gibi kalabildiğinde birbirinden ne denli farklı olduğunu görecektir. Aynılaşmayı normalleştirmek, geride kalanları anormal olarak yorumlamaksa; evet anormalleri daha çok aramızda görmek isteriz.

Bir kahramanlık ya da başarı hikayesi anlatmıyor Holden. Büyüme sancılarını, memnuniyetsizliğini, gelgitlerini, ergenliğini, kendi içindeki çelişkilerini toplum eleştirisiyle harmanlayıp aşırı samimi bir dille karşıya geçiriyor. Yaptığı tüm güzellik bundan ibaret.

Kitap zaten ilk cümlesiyle, okumaya başladığınız kitabın karakteriyle ilgili kuvvetli bir ipucu veriyor:

"Anlatacaklarımı gerçekten dinleyecekseniz, herhalde önce nerede doğduğumu, rezil çocukluğumun nasıl geçtiğini, ben doğmadan önce annemle babamın nasıl tanıştıklarını, tüm o David Copperfield zırvalıklarını filan da bilmek istersiniz, ama ben pek anlatmak istemiyorum. Her şeyden önce, ben bu zımbırtılardan sıkılıyorum."

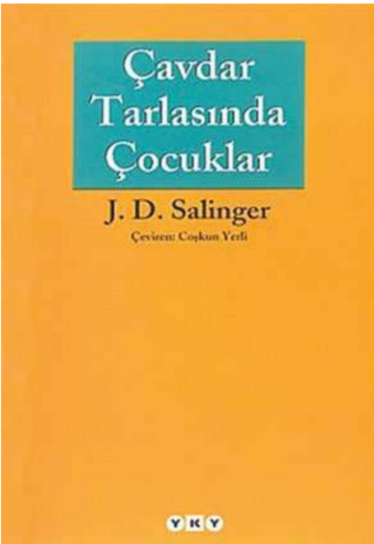
Evet Holden bu; sıkılıyor, harika diyaloglara giriyor, eleştiriyor, hep daha fazla eleştiriyor, umursamıyor, memnun olmuyor, insanların işleri her zaman berbat ettiğine inanıyor, hızlı öfkeleniyor, anlık aşık olduğunu düşünüyor sonra vazgeçiyor. Bazen her şeyden nefret ediyor; insanlardan, okuldan, taksilerden, sahtekarlıklardan, asansörlerden.

Peki bu kitap sadece lise çağındaki çocukların okuması gereken bir ergenlik kitabı mıdır sorusunun cevabı ise tabi ki hayır. Zamanı bir bütün olarak ele alırsak bugün kim olduğunuzla ilgili oldukça fazla done barındıran bir dönemdir lise çağınız. Dolayısıyla 17 yaşındaki bir çocuğun yaşadıklarını bu kadar net bir şekilde karşıya geçiren Salinger elbette ki sizden de bir şeyler anlatıyor olacak. Mutlaka ki o deneyimin bir parçası olacaksınız. Holden'in tüm bu isyankarlığı sizi okurken bunalıma da düşürmüyor, "ergenlik işte" diyip gülüp geçmenize de sebep olmuyor. Zaten yazarın yeteneğini konuşturduğu nokta tam da burası; 17 yaşındaki bir çocuğu sabit alarak size sorgulattıkları.

Holden'i anlayacaksınız ya da anlamayacaksınız; yer yer haklı bulacaksınız ya da komple abarttığını düşüneceksiniz. Burası elbette ki size kalmış ancak kitabı bitirdiğinizde dünyayı daha filtresiz bir şekilde yorumlayan Salinger'e sempati besleyeceğiniz kesin.

Çavdar tarlasındaki çocuk olmaktan hiç vazgeçmeyin.

Keyifli okumalar.




Kitabı bitirdiğinizde dünyayı daha filtresiz bir şekilde yorumlayan Salinger'e sempati besleyeceksiniz.

# Almanya'da komşu şehirler

Antik güzellikler, moda ve birbirinden lezzetli yiyecekler vadeden Köln ve Düsseldorf, ortak noktaları olan Ren Nehri'yle daha da görkemli bir hal alıyor.



Selen Aktümen (23)
Fotoğrafçı

159 sn

Biri Almanyanın 4. en büyük şehri ve bir yandan da antik güzelliklerle dolu; diğeri ise moda ve kumar kenti. İkisinin ortak özelliği ise Ren Nehri ve eğlenceli gece hayatları. Köln ve Düsseldorf'dan bahsediyorum.

Apartman numarası olan tek katedralin bulunduğu Alman şehri Köln ile başlayalım. Eski adıyla Kolonya. Şehre İmparator Nero'nun annesi olan Colonia'nın ismi verilmiş. Köln, Orta Çağ'dan günümüze bir ticari merkez olarak gelmiş ve şehrin büyümesi de hala sürmekte. Aynı zamanda kimlik ve bireysellik duygusu güçlü bir şehir olarak ön plana çıkıyor.

Şehir merkezinde bulunan ve yüksekliği 157 metre olan Köln Katedrali'nin yapımı 632 yıl sürmüş. Katedralin gotik tarza sahip mimarisi ve süslemeleri bulunuyor. Aynı zamanda katedral, UNESCO Kültür Mirası listesinde yer alıyor. Ülkenin en çok turist çeken yerlerinden biri olan katedralin girişi ise ücretsiz.

Köln eski şehri (Heumarkt) ise şehrin eski evlerinin bulunduğu; şimdilerde ise kafeler ve



restoranların olduğu Ren Nehri'nin hemen kıyısında. Eski şehirden kalanları görebileceğiniz ve yürüyüş yapabileceğiniz sahili de bulunuyor.

Sanatseverler Wallraf - Richartz ile Ludwig müzelerini ziyaret edebilir. Yeni ve modern binalarda hizmet veren bu müzeler; Rembrandt, Manet, Renoir, Leibl, Liebermann ve Slevogt gibi Avrupa çapında ün yapmış sanatçıların eserleriyle dolu.

St. Gereon Kilisesi, Romanesk mimarisi ile yapılmış. 7. yüzyıldan beri ayakta olan bu eser Orta Çağ'dan kalma duvar resimleri, mozaik ve antik emanetleri içeriyor.

Ren Nehri kıyısında eski şehirden yürümeye başladığınızda bir müddet sonra Çikolata Müzesi'ni göreceksiniz. Burada sadece "çikolata nasıl yapılır"ı görmeyeceksiniz. Bunun yanında tadabilecek, koklayabilecek ve satın alabileceksiniz. Müzede ilk durak tropikal yeşil ev olacak. Kakaonun nasıl yetiştiğini göreceksiniz. Sonrasında ise nasıl işlendiği ve nasıl çikolata haline geldiğini...

Düsseldorf ise Köln'den gemi ile ulaşım sağlanacak kadar yakın bir noktada. Eğer 1-2 gününüz varsa gitmenizi tavsiye ederim. Müzeleri ile ünlü olan şehirde 26 müze ve 100'den fazla sanat galerisi bulunmakta. Almanya'nın önemli kültür, sanat ve endüstri şehirlerinden biri. Roma İmparatorluğu döneminden beri yerleşimin olduğu şehir, Orta ve Yeni Çağ'da Berg Dükalığı'nın başkentliğini yapmış.

Marktplatz, şehrin ana meydanı. Noel zamanı burada pazarlar ve tezgahlar kurulmakta ve birçok festival ve etkinlik burada yapılmakta.

Altstadt ise Old Town bölgesi. Nehrin kenarında bulunan bu bölge karşılıklı birçok barın burada bulunması ile ünlenmiş.

Benrath Sarayı, Alman prensin isteği üzerine yaptırılmış. Saraya giriş ücretli olup fiyatı 9 euro şeklinde belirlenmiş. Saray, şehir merkezinin 10 kilometre güneyinde bulunuyor ve mimarisinin Barok stilinde inşa edilmesi dikkatleri çekiyor.

Medya Limanı olarak bilinen Medienhafen'de ise gece hayatını ve sosyalleşmeyi doyasıya yaşayabilirsiniz. Burada pek çok kafe, mağaza, gece kulubü ve otel bulunmakta.

## ÖNEMLI NOKTALAR

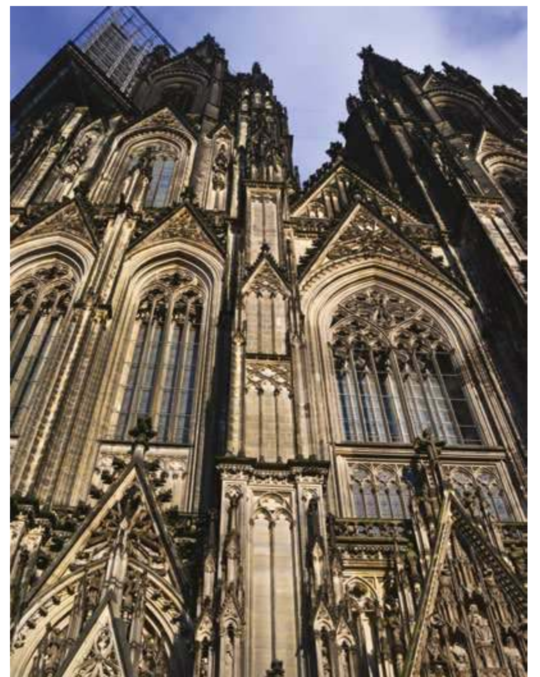
**Köln Gece Hayatı**
Pazartesi günlerine özel F*ckin Monday konseptinde eğlence mekanı bulunmakta. Roonstrasse caddesi üzerinde bulunan mekanı tavsiye ederim. Alter Wartesaaş Johannisstrasse 11 ise tren istasyonunda bulunuyor ve tekno müzikler çalıyor. Mekan, gündüz 12 den gece 00.30 kadar kadar açık. Gece hayatı haricinde Cafe Schmitz, yürüme mesafesinde bulunan ve en iyi sıcak çikolatayı içebileceğiniz mekanlardan biri.

**Köln Mutfağı**
Sosis Köln mutfağının vazgeçilmezlerinden diyebiliriz. Berliner sosisleri domuzdan üretiliyor. Eğer yemiyorsanız, Frankfurter dana sosislerini de tercih edebilirsiniz. Rheinischer Soorbrode ise Köln'de hemen hemen her restoranda bulabileceğiniz az pişmiş bir et yemeği. Başka bir yerel lezzet ise patatesli ve elmalı iç harca sahip Riekoche. Köln'ün yerel birasının ismi Kölsch, sosis ve patatesin bir arada olduğu meşhur yemek ise Currywurst'tur. Pastacılıkta ise Black Forest Cake'i denemenizi tavsiye ederim.

**Düsseldorf Gece Hayatı**
Geceler ve eğlence hayatı denilince akla gelen ilk yerler Altstadt ve Hafen Bölgeleri oluyor. Fattys Irısh Pub şehirde nezih mekanlardan biri. SUB Düsseldorf ise Bolkerstrasse'de bulunuyor ve bu mekanın özelliği çok popüler olması ve her gece partiler düzenlemesi.

**Düsseldorf Ulaşım**
Welcome Card almak için gün sayısına göre 9,14 ya da 19 euro ödemeniz gerekiyor. Bu kart ayrıca restoran ve turlarda indirim sağlıyor. Şehir içi bilet tek yön 1.80 euro, günlük bileti ise 5.30 euro. Biletlerin süresi gece 3'te doluyor.





# Hız, sona giden ve **çok hızlı bir tren...**

Büyük şehirler, yoğun bir iş ve okul hayatı derken hayatımızı en yüksek hızda yaşıyor ve beklemeye tahammül edemiyoruz. Peki küçük bir mola vermeye ne dersiniz?



Aslı Balkan (26)
PR ve Pazarlama Uzmanı

128 sn

Hayatın akışı içerisinde hız almaya alışır insan. Biz de oldukça hızlı bir tempoya girdik. Fast Talk, Fast Fashion... Suyun kaynamasını ya da kahvenin köpüklenmesini beklemeye vaktimiz yok. Hemen olsun, şimdi olsun istiyoruz. Bir şeyi beklerken vakit kaybediyor gibi hissediyoruz.

Çoğumuz hayatımızdaki her bekleme boşluklarına başka işler sıkıştırarak sürekli hareket döngüsünde uyuma anına kadar kendimizi meşgul tutuyoruz.

Durmalıyız!

Alınan yolun uzaklığı kadar, yolun kendisini amaç edinmek... Nefes almak, tüm kablolardan kurtulup sonrasında tekrar bağ kurmak, doğa ile kendimiz ile bir iletişim sağlamak için.

Hız kavramı hayatımıza Sanayi Devrimi ile giriyor. 1 günde 1 ayakkabı yapmak yerine 1000 ayakkabı yapabilmemizi sağlıyor / sebep oluyor. Daha çok ve daha hızlı üretmek, üretilen ürünlerin de değerinin düşmesine sebep oluyor. Dev bir eşya çöplüğüne dönüştürüyoruz dünyayı, daha çok satın almak için daha çok çalışıyoruz.

**Tüketmemeye odaklanmak**

Tribal Worldwide Istanbul'un Yavaş Yaşamı Destekleme Derneği için tasarladığı kampanyasının bir dönem altını çizdiği gibi (ki uzun zamandır kendime ayna tutan ilginç bir çalışmadır) çevremiz hep "daha"sı için bizi zorluyor; daha farklı giyin bir ayakkabı daha, bir çanta daha... Para kazandıkça hep daha fazlasına ihtiyacımız oluyor.

Mutluluğu elimizde olmayan üzerinden tanımlıyoruz, sahip olduğumuz / yaşamı paylaştığımız hiçbir şey bize yetmiyor. Daha iyisi daha farklısı bizler için.

Sistem her konuda bir yerlerde daha iyisinin olduğu


















yanılsamasına hazırlıyor bizi. Bu bilgi / ihtimal de mevcut durumdan ortamdan yaşamımızdan memnuniyetsizliğimizi besliyor.

**Yavaş yaşamın ilk adımı yeme / yemek kültürünü değiştirmekle başlıyor**

1980'lerde Carlo Petrini ve bir grup aktivist bölgesel gelenekleri, "iyi yemek" anlaşıyışı ile yavaş bir yaşamı savunmak için Slow Food kavramını başlattı. Petrini, yavaş yemek akımını yaratırken yavaş yemeğin ve yanına koyduğu samimi bir sohbetin de yavaşlamak için bir yol arkadaşı olacağını düşünüyor. Biri ile samimi bir sohbet, emek vererek bir yemeği hazırlamak sadece fiziksel doyum değil aynı zamanda ruha da bir dinlenme zamanı sunuyor.

**Kendimizi tanıyor muyuz?**

Topluluklar genişliyor ve bizler de giderek daha zengin daha karmaşık bir düzenin içinde yaşıyoruz. Etnik çizgiler bulanıyor, yeni kültürler oluşuyor. Dijital yaşamımızla gerçek yaşamımız birbirine geçiyor, ortak trendler çoğalıyor. Hal böyle olunca dünya birbirine benzemeye başlıyor.

İnsan kendine yabancılaşır mı? Bu hız düzeninde zaman zaman kendine bile tahammülü azalıyor insanın... Yakın zamanda kaybettiğimiz Engin Geçtan'ın dediği gibi yabancılaşma "dünyasızlığı" yaşatır, bu kopuş ise anlamsızlığı ve ilişkisizliği beraberinde getiriyor. Yavaşlamak için 'an'da kalmak bir diğer temel yöntem. En basit bir eylemi bile asıl hedef yapmak. Çayın, kahvenin tadını düşünmek, o an sadece "kahve içmek."

**Dijital yaşamı sınırlamak**

Sosyal medya döngüsüne belki her saat başı siz de giriyorsunuzdur. Biliyorsunuz neden bahsettiğimizi; hani Instagram'dan başlayıp, Facebook'a devam edip sonra tekrar Instagram zaman tünelinde sonlanan bu döngüden bahsediyoruz. Bir bakmışız 1 saat geçmiş...

Önce kendimiz yavaşlıyoruz, farklı şeylere önem vermeye başlıyoruz hayatın gerçek anlamını bularak... Bunu kentlere yansıtıyoruz. Kentler yavaşlıyor. 208 cittaslow kenti var dünyada. Yaşamlarını sadeliğe ayıran, ihtiyacı olmayan şeyleri biriktirmeyen, eşyanın da bir enerjisi olduğuna inanan topluluklar. Zaman sınırlı ve yavaşlamak her anı keşfetmek için oldukça değerli...

Trenin hızını düşürebilmemiz dileği ile...

# 90. Akademi Ödülleri seçkisi

Sinemanın en prestijli törenlerinden olan Oscar Ödülleri geride kalmışken adaylıklarıyla sezona damga vuran filmler hangileri oldu?

Politik doğruculuğun dozunun kaçtığı bir ödül sezonunda en iyi film ödülünü The Shape of Water alırken oyuncu dallarında da sürprizler olmadı. Biz de bu ay Oscar'a En İyi Film dalında aday olan tüm filmleri kendi sıralamamıza göre inceledik.

**Dunkirk**

Film ve yönetmen dahil olmak üzere 8 dalda Oscar adayı olan; kurgu, ses miksajı ve ses kurgusu dalında Oscar kazanan Dunkirk, adaylar arasındaki açık ara en iyi filmdi. Odak noktasına 2. Dünya Savaşı sırasında İngiliz ve müttefik kuvvetlerinin 26 Mayıs'tan 4 Haziran 1940'a kadarki Avrupa'dan tahliyesini sağlamak amaçlı yapılan savunma savaşı olan Dunkirk Muhaberesi'ni alan filmde Nolan, yine yapacağını yaparak seyirciyi inanılmaz bir deneyimin içine sokmayı bildi. Kısa süresiyle bütünlük hissi yaratmayı başaran Nolan'ın amacı savaşın



herhangi bir yerinde gerçekleşen kopan kollar bacaklarla savaşın ne kadar vahşi bir yer olduğunu göstermek değildi. Nolan bize eğer savaşın ortasında siz olsaydınız beş duyu organınızla ulaşabileceğiniz kısımlarda nelere tanıklık edeceksiniz onu gösteriyordu. Bunu yaparken de her zamanki gibi normları yıkarak ana karaktere yer vermeyen Nolan, Hollywood filmlerinin yıllardır seyirciye aşıladığı savaş karakterlerinin vazgeçilmez kahraman ana karakter klişesini yerle bir ederek seyirciyi alışkanlıkların dışarısına çıkardı. Laf kalabalığı diyalog barındırmayan gerçekçi senaryosuyla öne çıkan filmde ana karakter seyircinin ta kendisi. Filmi ana karakterlerden arındırarak bu boşluğa seyirciyi yerleştiren Nolan sayesinde savaşı sanki siz yaşıyorsunuz. İnsanlar alışkanlıkların dışına çıkan şeylere alışmakta aşırı zorlanırlar ve başlarda kabul edemezler; işte sadece bu yüzden bile "Dunkirk" alışılması zaman alacak son derece yenilikçi ve gerçek bir başyapıt niteliğinde.



Alp Turgut (28)
Filmdoktoru.com

261 sn

**Phantom Thread**
Paul Thomas Anderson'ın son harikası "Phantom Thread", zengin alt metni ve harikulade oyuncu performanslarıyla iliklerinize kadar sinema hissiyle salondan ayrılacağınız yılın tam puanı hak eden nadir filmlerinden. Günümüzün en büyük sorunu anı yaşayamama sorunsalını metaforik bir dille seyirciye sunan Anderson, 1950 yıllarındaki ünlü bir terzinin gerçek aşkı tadarak anın tadını çıkarmaya alışmasını anlatıyor. Daniel Day-Lewis'in duruşundan bakışına kadar adeta işinin ehli bir terzi gibi hareket ettiği filmde efsane aktör yine muazzam bir performans sergiliyor. Yılın en iyi erkek oyuncu performansı olarak nitelendirebileceğim Day-Lewis, son rolüyle neden gelmiş geçmiş en iyi erkek oyuncu olduğunu bir kez daha kanıtlıyor. Vicky Krieps ve Lesley Manville'in de bir o kadar başarılı performanslar sergilediği filmde Day-Lewis'in canlandırdığı Woodcock, yemek



masasında bile bir sonraki elbisesini tasarlayan, bunu yaparken geçmişte yaşadıklarını durmadan işine yansıtan ve annesinin saç telini göğsünden ayırmayan bir kişilik olarak karşımıza çıkıyor. Onun için sanatı her şeyden önce gelmekle beraber müşterilerini kaybetmeyi bir küfür gibi algılayan Woodcock'ın hayatındaki kadınlar onun için sadece bir ilham. Fakat Alma'nın hayatına girmesiyle yavaş yavaş tempoyu düşürmek zorunda kalan Woodcock, Alma'nın gizli kokteylleriyle ilk defa birine bu kadar muhtaç ve çaresiz hissederek bulunduğu anın farkına varmaya başlıyor. Bu gelişimi bir şiir gibi beyaz perdeye dokuyan yönetmen Anderson, Jonny Greenwood'un harikulade besteleriyle filmi bir anda epik bir aşk hikayesine döndürmeyi başarıyor. Anı yaşamaya başladıkça hayattan zevk almaya başlayan Woodcock'ın Alma'da bu cüreti bulması karakteri tamamlayan bir detay olarak resmen parlıyor. Sevgi ve emek temasına dokunan filmde bir yandan azmin ne kadar önemli olduğu vurgulanırken, diğer yandan hayatın paylaşıldıkça güzelleştiğinin işlemeleri dokunuyor. Kostüm tasarımında Oscar kazanan filmin; film, yönetmen, erkek oyuncu ve müzik dahil olmak üzere 6 dalda adaylığı bulunuyor.

**Darkest Hour**
Christopher Nolan'ın "Dunkirk" filminde ele aldığı olaylar sırasında İngiltere'de masa başında neler yaşandığını seyirciye sunan "Darkest Hour / En Karanlık Saat", oyuncu performanslarından prodüksiyona her alanda üst düzey sinema keyfi sunmayı başaran bir film. Joe Wright'ın sürükleyici bir şekilde ekrana taşıdığı filmin odak noktasında tabii ki Gary Oldman ve Winston Churchill bulunuyor. Daha ilk dakikadan son dakikaya kadar kariyerinin en iyi performansını vererek Oscar'ı sonuna kadar hak eden Oldman'ın performansıyla film belki hiç çıkamayacağı üst noktalara çıkıyor. Makyaj ekibinin üstün işiyle rolünde kaybolan Oldman, Churchill'i tüm çocuksuluğu ve hiddetiyle seyirciye vererek farklı bir lider portresi çizmeyi başarıyor. Dünya tarihinin en önemli olaylarından biri olan Dunkirk harekatının karar aşamasının ne kadar zorluklarla ortaya konduğunu gördüğümüz filmde politik çıkarlar uğruna verilen kararların nasıl geri teptiğini ve yine aynı şekilde nasıl tehlikeli sonuçlara yol açtığını "En Karanlık Saat" hakkıyla veriyor. Soluk ve karanlık atmosferiyle seyirciye vermek istediği hissi tam anlamıyla yaşatan filmin tek zayıf yani ise Churchill'in eşi ve ailesiyle olan ilişkisine fazla yer verilmemesi. Bu da doğal olarak ana karakteri fazla tanıyamamamıza sebebiyet veriyor. Yine de Churchill'in eşiyle olan diyalogları filmin en güzel yanları olmakla beraber tarihi kişiliğinin kariyerinde eşinin ne kadar emeği olduğunu rahatlıkla görebiliyoruz. Buna ek olarak, Churchill'in en zor karar anında bir anda metroya dalarak halkla yüz yüze konuştuğu sahneyi fazlasıyla beğendiğimi belirtmeliyim. Karakteri büyük politik figür sıfatından sıyırarak insani özelliklerini ortaya koyan bu sahne oldukça etkileyici olmakla beraber bir devlet oluşumunda halkın etkisinin ne kadar büyük olduğunu da gösteriyor. Öte yandan, makyaj ve erkek oyuncu dallarında Oscar alan 6 dalda Oscar adayı filmin prodüksiyon ve kostüm tasarımları da bir o kadar başarılı ve üst düzey. Yılın en iyi filmlerinden biri olan "En Karanlık Saat", Gary Oldman'ın bu zamana kadar hak ettiği tüm Oscar'ları telafi ediyor.



**Get Out**
Irkçılık üzerine birbirine benzer filmleri izlediğimiz şu zamanlarda En İyi Özgün Senaryo dalında Oscar alan, film ve yönetmen dahil 4 dalda Oscar adayı "Get Out / Kapan"ın yer gerçekten çok farklı kalıyor. Irkçı olmadığını belirtmesine rağmen ten rengi ve millet üzerine genellemeli sorularla karşısındakini bayıltan beyazları mizahi ve oldukça orijinal bir dille eleştiri odağına alan "Kapan", zekice işlenmiş kurgusuyla yılın en özgün filmlerinden biri. Siyahilerin vücutlarının daha atletik ve gelişmiş olması veya sporda beyazlara nazaran daha başarılı işlere imza atmış olmaları gibi iltifatlarla aslında yine ırkçılık yapıldığının altını çizen Jordan Peele, bu davranışın onları iyi hissettirmediğini belirtiyor. Siyahilerin her şeyden önce herkes gibi insan olduklarını ve insanların bu tarz sorularla onları kabul etmek yerine yine ayrı bıraktıklarını mizahi bir yolla bize sunan Peele, aslında eleştirinin ucunu tüm milletlere aynı davranışı sergileyen insanlara doğrultuyor.



gibi siz de izlerken şaşkınlığınızı gizleyemediğiniz filmde yönetmen Peele, tansiyonu o kadar iyi ayarlıyor ki filmi soluksuz izliyorsunuz. Filmde açıkçası Edgar Wright havası sezmek mümkün. Filmi izlerken zaman zaman "Hot Fuzz / Sıkı Aynasızlar" aklıma geldi. Filmin oyuncu kadrosu oldukça başarılı bir şekilde seçilmiş. Başroldeki Daniel Kaluuya rolü için biçilmiş kaftan olmakla beraber yan oyuncular aynı şekilde rollerinin gerektirdiği performansları başarıyla yerine getiriyorlar. "Kapan", aslında bu kadar az bütçeyle ve bu kadar işlenen bir konuyla uğraşıldığı takdirde fazlasıyla orijinal bir film ortaya yapılabileceğinin canlı bir kanıtı. Gözünüzü bir an bile ayırmamanızı sağlayacak sürükleyici olay örgüsü ve gizemli atmosferiyle modern korku türünün en iyi örneklerinden biri. Finaliyle her ne kadar klişe bir sona imza atsa da seyirciyi tatmin ettiği bir gerçek.

**Three Billboards Outside Ebbing, Missouri**

Frances McDormand'a En İyi Kadın Oyuncu, Sam Rockwell'e de En İyi Yardımcı Erkek Oyuncu ödülü getiren; film ve senaryo dahil 7 dalda Oscar adayı "Three Billboards Outside Ebbing, Missouri / Üç Billboard Ebbing Çıkışı, Missouri", sadece yönetmenin değil yılın da en iyi filmlerinden biri olarak listelere giriyor. Film birkaç ay önce tecavüz edilip öldürülen kızının katillerini hala arıyan bir annenin Missouri çıkışındaki üç panoya astırdığı hesap soran panoların etrafında dönüyor. Yılın en güçlü performanslarından birini sergileyen McDormand tarafından canlandırılan Mildred Hayes'in adalet arayışına ortak olduğumuz hikayenin hedefinde ABD'deki adalet sisteminin açıkları bulunuyor. Kanıt olgusunun oldukça yüksek yerlerde tutulduğuna dikkat çeken filmde insanların ne kadar kolay bir şekilde suç işleyebileceğini görüyoruz. İnsan haklarının ne kadar korkunç bir şekilde ihlal edildiği bu düzende McDonagh, bir tecavüzcünün tecavüzcü olabilmesi için şahsın neden bu suçu ülke içinde işlemesi gerektiğinin cevaplarını arıyor. ABD'nin Irak, Afganistan ve Suriye'de ilerlettiği politikaların ülke içinde işlediği suçlardan farksız olduğunu ileri süren filmin cesur tavrı gerçekten takdire şayan. Martin McDonagh'ın fazlasıyla doğal ve sürükleyici bir şekilde kaleme aldığı senaryoda yasal hakların bile devlet tarafından korunmadığı ve azınlıklara karşı yapılan aşırı polis şiddetinin yarattığı sonuçları mizahi bir şekilde ekrana yansıtıyor. İnsan haklarını korumak uğruna yaratılan yasaların insan haklarını nasıl ihlal ettiğini gösteren yönetmenin defalarca işlenen bu tarz bu konuları bu kadar özgün bir şekilde sayfalara dökmesi filmin neden yılın en iyilerinden biri olduğunun özeti niteliğinde. Rockwell'ın performansıyla parladığı filmde ırkçı bir anneye sahip olan polis memuru Jason karakterinin zamanla değişen adalet anlayışı gerçekten yüreğinize işliyor. "Üç Billboard Ebbing Çıkışı, Missouri", aslında sistemin yanlışlıklarını kah orta yaşlı birinin 19 yaşında bir sevgilisi olması, kah bir cücenin insanlar tarafından nasıl küçümsenmesi, kah suç işlemek için yasal açıkların net bir şekilde ortada olduğunu gösteren örnekler üzerinden anlatan yılın en iyi filmlerinden biri.

**The Post**

Film ve kadın oyuncu dallarında sadece 2 dalda Oscar adaylığı kaparak kendini Oscar yarışına dahil etmeyi başaran "The Post", özellikle başroldeki Tom Hanks ve Meryl Streep'in harikulade performanslarıyla öne çıkan basın özgürlüğüne ve ABD politika tarihine dair yapılmış yılın en başarılı filmlerinden biri. Steven Spielberg'in ustaca çektiği filmin teknik açıdan başarısı su götürmez bir gerçek. Sanat yönetiminden görüntü yönetimine kadar her şeyin en ince ayrıntısına kadar dönemini yansıttığı filmde Streep ve Hanks'in restoranda kesintisiz konuştuğu o sahne tek kelimeyle inanılmaz. Nixon'ın başkan olduğu ve basını susturmaya çalıştığı yılları konu alan "The Post", Washington Post'un cesur duruşuyla nasıl ABD tarihine yön verdiğini konu alıyor. Post'un sahibi Key Graham'ın kadın olması nedeniyle erkekler tarafından nasıl sindirilmeye çalışıldığını seyirciye sunan filmde Graham'ın erkek hegemonyasını delerek çığır açması fazlasıyla etkileyici. 2 sene önce En İyi Film'i kazanan "Spotlight"'ın aksine anlatmak istediğini çarpıcı ve sürükleyici bir şekilde anlatarak bir sonuca bağlayan filmin günümüzde yaşananlara bu kadar benzer olması filmi daha özel kılıyor. Streep'in yine harika bir performans sergileyerek kendini gösterdiği filmde Spielberg, neden usta bir yönetmen olduğunu bir kez daha seyirciye kanıtlıyor. Öte yandan, konusu itibarıyla sınırlı kalan filmi özel bir film olarak tanımlamak ne yazık ki zor. Filmde yaşanan olaylardan sonra yaşananları anlatan 1976 yılındaki "All the President's Men" filminin En İyi Film ödülünü aldığını düşünürsek "The Post"un neden çok da özel olmadığını anlayabiliriz.

**The Shape of Water**

Film ve yönetmen dahil 4 dalda Oscar alarak bu yılın politik doğruculuk lideri Guillermo del Toro'nun yeni filmi "The Shape of Water / Aşkın Gücü" ne yazık ki son zamanların en zayıf kazananlarından biri. Çünkü karşımızda gücünü klişeleşmiş Spielberg formüllerinden alan, Oscar almak için belli formüller kullanan samimiyetsiz tipik bir Hollywood filmi bulunuyor ve eğer benim gibi siz de "Pan's Labyrinth / Pan'ın Labirenti"ni (2006) beğenenlerdenseniz "Aşkın Gücü" ne yazık ki sizi tatmin etmeyecek. Oscar'a özel belirli formülleri kullanarak ilgi çekmeye çalışan filmde yem olarak tasvir edilebilecek her şey mevcut. Cinsel tercihinin hikayeye hiçbir katkısı bulunmayan bir eşcinsel karakter, temizlik işlerini yapan Afrika ve Meksika (Trump döneminde yaşananlar vb.) uyruklu hizmetçiler, ırkçılık yapan homofobik beyaz bir garson, nedensiz yere dünya dışı varlığı öldürmek isteyen ve sınıf ayrımcılığı yapan beyaz bir asker, eski Hollywood müzikallerine yapılan göndermeler, Soğuk Savaş dönemi ve seyirciyi tatmin etme amacıyla hazırlanmış fazlasıyla tahmin edilebilir bir olay örgüsü ve son. Akıl sınırlarını zorlayan dev gibi odayı suyla dolduran küvet sahnesinden bahsetmiyorum bile. Filmi tek başına değerlendirdiğimizde aslında oldukça güzel bir iyi hisset filmi olduğu görülüyor. Üstüne üstlük teknik açıdan da oldukça güzel bir şekilde kotarılmış; fakat filmin seyircide uyandırdığı "biz bu filmi bir yerden izledik" hissi yer yer ağırlıkla hissedildiği gibi bir yerden sonra Spielberg'in "E.T. the Extra-Terrestrial" (1982) başyapıtını akıllara getiriyor. Karakter ilişkileri bakımından da Hans Christian Andersen'ın ikonikleşmiş masalı "Küçük Deniz Kızı"nı (1837)









olma ihtimali çok yüksek. Zaten kitabı okuyanlarından da bileceği gibi roman ikilinin son karşılaşmasından 15 ve 20 yıl sonraki karşılaşmalarını da okuyucuya sunarak bitiyor. İkili arasındaki yakınlaşmayı aynı bir günlük gibi izleyiciye yansıttığı için karakter gelişiminde eksik kalan yönetmenin olayları kendini keşfeden bir çocuğun gözünden anlatması filmin öne çıkan özelliklerinden. Bu yüzden büyük ilgi gören filmin kesintisiz jenerik bölümü oldukça dikkat çekici. Bunda tabii "Interstellar / Yıldızlararası" filminin genç oyuncusu Timothée Chalamet'in katkısı büyük.



referans alan film, kısaca özgünlükten oldukça uzak. Bu yüzden "Aşkın Gücü"yle "Pan'ın Labirenti" arasında dünya kadar fark olduğunu söyleyebiliriz. Filmin öne çıkan tarafları ise seyircide bıraktığı mutlu hissin yanında Sally Hawkins'le Richard Jenkins'in performansları. Hawkins'in dilsiz bir hizmetçiyi oynadığı filmde Hawkins, fazlasıyla doğal ve güçlü bir performans sergilerken Jenkins ise sınırları zorlayarak karakterine farklı bir hava katmayı başarmış. Öte yandan, Michael Shannon ve Octavia Spencer'ın performansları da oldukça başarılı ama Shannon yine aynı Shannon, Spencer da aynı Spencer. O yüzden ne yazık ki pek yorum yapamayacağım. "Aşkın Gücü" Oscar'larda adını çokça söz ettirecek bir yapım olmakla beraber Del Toro'nun da 2006'dan beri yaptığı en başarılı film belki, ama klişe hikayesiyle sinema tarihine damga vurmaktan epey uzak.

**Lady Bird**

Film, yönetmen, kadın oyuncu, yardımcı kadın oyuncu ve özgün senaryo dallarında Oscar adaylığı kapan "Lady Bird", 2002 yılında geçmesine rağmen Trump sonrası avantajlarını oldukça güzel bir şekilde kullanarak Hollywood'da kendine özel bir yer edinmeyi başaran yılın tartışmalı filmlerinden biri. "Me Too" hareketi kapsamında kadın taciz vakalarının protesto edildiği şu zamanlarda kadın yönetmenlerin ödüllere aday edilmemesini eleştirenler sayesinde bir anda kendini Oscar'larda bulan film, yönetmen Greta Gerwig'e Oscar adaylığı kazandırdı. Amerika'da büyüyen üniversite çağına gelmiş genç bir kızın yaşadığı zorlukları seyirciye gerçekçi bir şekilde aktarması ve Amerikalı izleyecilerin çok aşina olduğu bir tabloyu ortaya koyması sebebiyle filmin neden bu kadar beğenildiğini anlamak hiç de zor değil. Özellikle çocuklarının farklı eyaletlere gitmesini istemeyen ebeveynleri eleştiren filmin politik duruşu da Cumhuriyetçileri eleştiren monologlarla oldukça belli. Aynı "The Shape of Water" gibi içerik olarak zamanının politik doğruculuk trendini uygulamaktan geri kalmayan filmde genç bir kadının büyüme çağı zorluklarını izlerken bir yandan anne kız ilişkilerine, diğer yandan da tepkilerden dolayı cinsel kimliğini saklamak zorunda kalan eşcinsel bir öğrencinin yaşadıklarını izleme şansı buluyoruz. Beyaz arkadaşları için göçmen arkadaşı Julie'ye başta yüz çeviren Lady Bird'in kimliğini bir yerden sonra Julie'de bulması yine Trump'ın göçmenlere karşı olan sert tutumunu eleştirir nitelikte. Değerlerine saygı duymayan sevgilisi Kyle'a karşı dik bir duruş sergileyerek kendi benliğini bulan Lady Bird, bir nevi Hollywood'un aradığı o genç kadın kahraman açığını dolduruyor. Öte yandan, düşük bütçesi ve kısıtlı imkanlarıyla Akademi üyelerinin radarından oylama sırasında çıkan filmin kendine Amerika sinemasında özel yer edinmeyi başarması gayet anlaşılır bir durum. Başroldeki Soirse Ronan'ın başarılı performansıyla öne çıkan film Gerwig'in bir sonraki filmleri açısından umut veriyor.

**Call Me By Your Name**

17 yaşındaki Elio'nun babasının arkadaşı Oliver'la olan ilişkisini konu alan "Call Me By Your Name / Beni Adınla Çağır", "Brokeback Mountain / Brokeback Dağı"nın (2005) geçtiği 1960'lı yıllarda eşcinsel bireylerin yaşadığı zorlukların 1980'lerde ne kadar değiştiğini bizlere Richard Linklater'ın "Before" (1995-2013) serisi gibi sunan sıradan bir filmin ötesine gidemiyor. Fazlasıyla tahmin edilebilir ısmarlama sonuyla şaşırtmayan "Beni Adınla Çağır"ın seyirciye oynadığı her sahnede biraz daha belli oluyor. Düşündükçe kafalarda bazı sorgulamalara yol açan filmin dokunulmazlığı ise karakterleri ele alış biçiminden kaynaklı. Yönetmen Luca Gudagnino'nun cinsellikten çok karakterler arasındaki duyguya önem verdiği film için Vladimir Nabokov'un meşhur eseri "Lolita"nın modern bir uyarlaması olduğunu söylemek çok da yanlış olmaz. Filmin finalinin uyarlandığı Andre Aciman'ın aynı adlı romanına göre daha farklı olduğunu söylemek gerek. Buna rağmen farklı ülkelere gitmek zorunda kalan karakterlerin aralarındaki aşkın gidişatının da Linklater'ın Before serisini andırdığını düşünüyorum. Bundan sonraki devam filmlerinin "bundan 10 yıl sonra" temasında

Armie Hammer'la kıyaslandığında kendini gösterebilmeyi başaran Chalamet, genç yaşına rağmen oldukça başarılı bir performans sergiliyor. Hammer ise yine bildiğimiz Hammer olarak yeterince farklılık yaratmamasına ek olarak yapısı ve yaşı itibarıyla de Chalamet'in yanında fazlasıyla olgun duruyor. "Beni Adınla Çağır" bu yüzden işlediği konu itibariyle cüretkar ve tartışmaya açık bir film. Kitaptaki karakterler arasındaki yaş farkının oldukça az olmasına rağmen Gudagnino'nun başrole 31 yaşındaki Hammer'ı seçmesi bence ne yazık ki doğru bir tercih değil. Burada daha çok Gudagnino'nun geçmişte yaşadıklarının ve düşündüklerinin bir yansıması söz konusu. Bu da filmi "ilk aşk" teması altında derin bir yere koyamıyor. "İlk aşk" adı altında İtalya dönüşü evlenmek planları yaparak kendini düşünen bencil bir yetişkinin genç bir çocuğu duygusal anlamda kullanması gerçekten üzücü ve yürek parçalıyor. Anlatmak istediği bu olmasına rağmen filmin fanatikleri tarafından aşk filmi altında değer gördüğü için yeterince iyi anlaşılamayan, film ve erkek oyuncu dahil 4 dalda Oscar adayı olan film, Oscar'larda En İyi Uyarlama Senaryo'yu kazandı.

Filmi ana karakterlerden arındırarak bu boşluğa seyirciyi yerleştiren Nolan sayesinde savaşı sanki siz yaşıyorsunuz.

## MART 2018

| Pazartesi | Salı | Çarşamba | Perşembe | Cuma | Cumartesi | Pazar |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 15 **İSTİLA!** Zorlu PSM 20:30 | 16 **Meddah #3: Luzi Gehrisch** Arkaoda 22:00 | 17 | 18 **Çoğul İstanbul Medyası** Depo 19:30 |
| 19 **All In One** IF Performance Hall 21:00 | 20 | 21 **Nil Karaibrahimgil** Zorlu PSM 20:00 | 22 **Joan As Police Woman** Zorlu PSM 20:00 | 23 | 24 **Isolate w/ Adriatique** Zorlu PSM 23:00 | 25 |
| 26 | 27 | 28 **Taşın Şiiri Anı** Depo | 29 | 30 | 31 | |

## NİSAN 2018

| Pazartesi | Salı | Çarşamba | Perşembe | Cuma | Cumartesi | Pazar |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | 1 **Hayvan Çiftliği** Zorlu PSM 20:30 |
| 2 | 3 **Mehmet Erdem** Zorlu PSM 20:30 | 4 **ENSLAVED** Zorlu PSM 20:00 | 5 | 6 **İstanbul Film Festivali** | 7 **Sonar İstanbul** Zorlu PSM | 8 |
| 9 | 10 **Candan Erçetin** Zorlu PSM 21:00 | 11 **XJazz Festival** Zorlu PSM 21:30 | 12 | 13 **Redd** Zorlu PSM 20:30 | 14 | 15 |

BKM

Mutfak

UNIQ

SANATIN MUTFAĞI.. MUTFAĞIN SANATI..





# MART'TA MUTFAKTA

tek tek

BKM MUTFAK
TEK TEK
STAND-UP
20 MART
20:30



BKM Mutfak UNIQ

YAVUZ
GÜNAL
STAND-UP
21 MART
20:30



BKM Mutfak UNIQ

OKAN
ÇABALAR
STAND-UP
23 MART
20:30



tek tek

BKM MUTFAK
TEK TEK
STAND-UP
27 MART
20:30



BKM Mutfak UNIQ

MESUT
SÜRE
STAND-UP
28 MART
20:30



BKM Mutfak UNIQ

ESER
YENENLER
TEK KİŞİLİK MÜZİKLİ GÖSTERİ
30 MART
21:00



BKM Mutfak UNIQ

#bkmmutfakuniq 0212 286 53 76  bkmmutfak_uniq